



Instituto Politécnico  
de Castelo Branco  
Escola Superior  
de Artes Aplicadas

## **Estágio no Estúdio de Design Pedrita**

Entrepósito “Fabrigo Próprio”, Unidade de Revenda

Jonas Guerreiro

### **Orientador**

Professor Doutor Pedro Paulo Eugénio de Oliveira

Dissertação/Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design de Interiores e Mobiliário, realizada sob a orientação científica do orientador Professor Doutor Pedro Paulo Eugénio de Oliveira do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

**Abril 2018**



**Aos meus Pais.**





## Agradecimentos

Obrigado a minha família, aos meus irmãos e cunhados, Márcia Guerreiro e Rui Guerreiro, e aos meus sobrinhos, Luzia, Amélia, Daniel e Teresa e ao Manuel que já terá nascido no momento de defesa desta dissertação.

Maria Filomena e Daniel Guerreiro, de coração obrigado por terem sido a força que nunca desistiu e que sempre acreditou em mim, a vocês dedico esta dissertação.

Quero também agradecer ao Instituto Politécnico de Castelo Branco e a Escola Superior de Artes Aplicadas e principalmente ao Professor Doutor Pedro Oliveira, meu orientador, aquele que acreditou, e com as suas palavras e conselhos sábios tornou este documento possível.

Ao Pedro Ferreira e Rita João, pela oportunidade de ter desenvolvido o estágio no seu estúdio de *design*, e por toda a aprendizagem concedida ao longo dos seis meses.

Agradecer ao Luís Rato, ao João Batista e à Catarina Portas a disponibilidade, e total entrega nas suas entrevistas, contributo fundamental para a redação desta dissertação.

A todos os funcionários e responsáveis das Pastelarias visitadas, bem como dos *street foods*, agradeço a amabilidade de exporem os seus exemplos, mostrando a sua total entrega e receção a este projeto.

Quero agradecer a paciência infindável dos meus amigos pela quantidade de vezes que ouviram falar desta dissertação. Obrigado Carolina Medeiros, Pedro Ponte, Celso Teixeira, Cláudia Leandro, Daniela Cabral e Silvano Almeida, pela preocupação e palavra amiga e por sempre acreditarem em mim. Beatriz Silva e Raquel Crespo não tenho como vós agradecer todos as chamadas e acima de tudo as palavras nos momentos piores desta jornada.

Obrigado Carina Rocha pela grande amizade e por me abrires a porta das tua casa todas as vezes que fui a Lisboa em prol deste documento. Francisco Gonçalves sem a tua ajuda no momento final este documento não teria sido possível, obrigado.

Anabela Vaz e Pedro Pascoal de Melo a vocês muito obrigado, pela dedicação e empenho demonstrado.

Um obrigado é pouco, a ti Mariana Franco, pois no momento certo, e acreditando tu em mim, foste a responsável pelo empurrão que faltava. Agradeço a estadia na tua casa e acima de tudo teres dado a tua mão para que eu terminasse esta dissertação.



## Resumo

Trabalho curricular do estágio final do mestrado em Design de Interiores e Mobiliário, cumprido no Estúdio de Design Pedrita, em Lisboa, tendo como objetivo pôr em prática todos os conhecimentos adquiridos academicamente pelo mestrando. Refira-se ter sido a primeira vez que um aluno do Instituto Politécnico de Castelo Branco integrou a equipa do atelier, tendo estes possibilitado ao estagiário um enriquecimento dos conhecimentos pessoais, nomeadamente através da troca de experiências e da vivência do mercado de trabalho, dos projetos e dos clientes.

A presente dissertação reúne os trabalhos de maior relevância desenvolvidos pelo estagiário no atelier, demonstrando a versatilidade das tarefas cumpridas e a forma como eram executados os diversos projetos ali em curso, nomeadamente o dos painéis Grão, uma das marcas registadas daquele atelier e cuja matéria de construção são azulejos semi-industriais portugueses; e, ainda, o projeto Entrepasto, uma unidade de revenda que pretende vender bolos “Fabrico Próprio” nas ruas da cidade de Lisboa, exaltando esta tradição tão tipicamente portuguesa, através do recurso à tipologia *Street Food* que leva para o exterior as iguarias que por norma são consumidas no espaço físico das pastelarias.

## Palavras chave

Pedrita, Estágio, *Street Food*, Fabrico Próprio, Revenda



## Abstract

Curricular work of the final stage of the master's degree in Interior Design and Furniture, completed at the Estúdio de Design Pedrita, in Lisbon, aiming to put into practice all the knowledge acquired academically by the graduate student. It should be mentioned this was the first time a student of the Instituto Politécnico de Castelo Branco integrated the atelier team, whose members offered the trainee the chance to enrich his personal knowledge, namely through the exchange of experiences and the try out of the labour market, the projects and the customers.

This dissertation brings together the most important work developed by the trainee in the atelier, demonstrating the versatility of the tasks performed and the way the various projects were carried out there, namely the Grão panels, one of the registered trademarks of that atelier and whose subject matter of creation are semi-industrial Portuguese tiles; and also the Entreposto project, a resale unit that intends to sell cakes "Fabrico Próprio" on the streets of the city of Lisbon, extolling this tradition so typically Portuguese, through the use of *Street Food* typology that takes to the outside the delicacies that are generally consumed in the physical space of pastries.

## Keywords

Pedrita, Trainee Program, *Street Food*, "Fabrico Próprio", Resale



# Índice

Agradecimentos.....	V
Resumo.....	VII
Abstract.....	IX
Introdução .....	1
1.Estúdio Pedrita .....	5
2.Estado da Arte.....	7
2.1. Street Food .....	7
2.1.1. A Brasileira.....	11
2.1.2. Bagel&Company .....	12
2.1.3. Pastel de Chaves.....	14
2.1.4. Via Creparia .....	15
3.Estágio .....	19
3.1 Tarefas desenvolvidas.....	19
3.1.1 Desenhos ortogonais 2D .....	19
3.1.2 Modelação/Visualização 3D .....	20
3.1.3 Maquetas.....	21
3.1.4 Foto documentação.....	22
3.1.5 Esboços.....	23
3.1.6 Trabalho de oficina .....	23
3.1.7 Montagem de exposições.....	24
3.1.8 Brainstorming.....	25
3.1.9 Levantamento/ medição de obra .....	25
3.1.10 Contacto com clientes.....	26
3.1.11 Conclusões .....	26
3.2. <i>Underdogs</i> /Exposição Hong Kong .....	27
3.3. Painéis de Azulejos .....	30
3.3.1. Grão.....	30
3.3.2. Organização e disposição de azulejos.....	31
3.3.3. Execução dos painéis.....	36
3.3.4. Leonor .....	39
3.4. Pavilhão .....	40

3.4.1. Criar Lisboa.....	40
3.4.2. Projetar o Pavilhão .....	47
3.4.3. Colagem dos Azulejos .....	49
3.4.4. Dia da Montagem.....	53
3.4.5. Dia da Desmontagem .....	57
4. Entrepasto .....	59
4.1 Livro Fabrico Próprio.....	59
4.2 Entrepasto Fabrico Próprio.....	60
4.3. Pastelarias .....	61
4.4. Bolos .....	68
4.5. Veículo.....	72
4.6. Projetar o Entrepasto.....	75
4.7. Proposta inicial.....	79
4.7.1. Proposta final.....	82
Conclusão.....	87
Bibliografia.....	91
Anexos.....	93



## Índice de figuras

Figura 1. Os <i>designers</i> Pedro Ferreira e Rita João. ....	6
Figura 2. <i>Food Trucks</i> em Nova Iorque na década de 1890. ....	8
Figura 3. <i>Le Bistrot du Lion</i> . ....	9
Figura 4. <i>Robomart</i> . Protótipo desenvolvido pela Toyota, que pretende levar os produtos de supermercado ao cliente, recorrendo a robótica. ....	10
Figura 5. Piaggio "A Brasileira". ....	12
Figura 6. Bagel & Company no festival do Arco do Cego. ....	13
Figura 7. Interior do atrelado. ....	14
Figura 8. Pastel de Chaves. Na figura é visível o balcão extensível, bem como a esplanada montada no exterior, e o quadro de ardosia. ....	15
Figura 9. Interior da Via Creparia. Na figura podemos ver a preparação dos Waffles e ao lado a crepeira. ....	16
Figura 10. Frente do veículo. ....	16
Figura 11. Alçados e planta de um pavilhão, que o atelier remodelou para a exposição Underdogs. Neste projeto apenas foi feito o levantamento do espaço. ....	20
Figura 12. Maqueta de estudo do Hotel Roma. ....	21
Figura 13. Planta e alçado principal para a exposição Vhils, Hong-Kong. ....	28
Figura 14. Aspeto exterior do pavilhão da exposição Vhils, Hong Kong. ....	29
Figura 15. Primeiro painel Grão. Exposto em 2007 no Museu do Azulejo em Lisboa, como parte das comemorações do 100º aniversário do seu fundador, o Engenheiro Santos Simões. ....	30
Figura 16. Loja Cortiço & Netos. Situada na Calçada de Santo André em Lisboa. ....	31
Figura 17. 4 exemplares de azulejos disponíveis na loja Cortiço & Netos. ....	31
Figura 18. Organização e disposição de azulejos. ....	32
Figura 19. Painel executado com partes de azulejos de tipo A. ....	33
Figura 20. Painel executado com partes de azulejos do tipo B. ....	33
Figura 21: <i>Best guess for this Image</i> . Painel executado com azulejos do tipo C. ....	34
Figura 22. Pavilhão. Painel executado com azulejos do tipo D. ....	34
Figuras 23 e 24: Azulejos triangulares do tipo E mostrando corte (direita) e organização (esquerda). ....	35
Figura 25: Imagem guia. ....	36
Figura 26: Organização das oficinas a quando da criação dos painéis. ....	37
Figura 27: Caixa com azulejos separados cromaticamente. ....	38

Figura 28 e 29: Marcação por colunas de números e letras, processo de viragem dos azulejos antes da colagem.....	38
Figura 30: Leonor. Painel presente no café Capristanos nas Caldas da Rainha. ....	39
Figura 31: Capela de Santo Amaro.....	41
Figura 32: Vista do Miradouro. Pode ser observado a Ponte 25 de Abril, bem como a Margem Sul. ....	41
Figura 33: Palácio das Necessidades.....	42
Figura 34: Carranca do chafariz. Na figura podemos observar a vista para a Ponte 25 de Abril, e sobre Alcântara.....	42
Figura 35: Alçado principal. ....	44
Figura 36: Alçado lateral.....	44
Figura 37: Apresentação do Pavilhão 1. ....	45
Figura 38: Apresentação do Pavilhão 2. ....	46
Figura 39: Apresentação do Pavilhão 3. ....	46
Figura 40: Captação do ponto focal. ....	47
Figura 41: Projeção 3D do Pavilhão. Na figura observa-se o Pedro a projetar a estrutura metálica fazendo uso do programa Rhinoceros. ....	48
Figura 42: Ligações metálicas.....	49
Figura 43: Azulejos Primus Vitoria depois de recortados em formato triangular.....	50
Figura 44: Esquema para a montagem dos azulejos.....	50
Figura 45: Disposição dos azulejos brancos sobre a base. ....	51
Figura 46: Início do embalamento dos azulejos. ....	51
Figura 47: Colagem dos azulejos. ....	52
Figura 48: Chegada das carrinhas Ribeiro e Espadinha Lda .....	54
Figura 49: Montagem da estrutura tubular.....	54
Figura 50: Fixação do primeiro painel na estrutura. ....	55
Figura 51: Vista posterior da estrutura de suporte dos azulejos. Veja-se no canto superior esquerdo uma parte da chapa martelada. ....	55
Figura 52: Colocação dos painéis com recurso ao monta-cargas .....	56
Figura 53: Resultado Final.....	57
Figura 54: Capela e Pavilhão.....	57
Figura 55: Capa do livro “Fabrico Próprio”, 2ª edição. ....	59
Figura 56: Pastelaria “Versailles”, Avenida da República, Lisboa.....	64
Figura 57: Pastelaria “Careca”, do Restelo.....	65

Figura 58: Pastelaria “A Carripa”, Avenida do Uruguai, Lisboa. ....	66
Figura 59: Bolos de Fabrico Próprio.....	67
Figura 60: Tabuleiros e quantidades de bolos. Na figura podemos observar alguns dos exemplos das possíveis variações de quantidades de bolos, por consequência da sua dimensão e formato, sendo que existem outras variações, servindo estas para demonstrar o procedimento para a contagem de bolos por tabuleiro.....	69
Figura 61: Montagem ilustrativa com Piaggio Porter.....	73
Figura 62: Esboço Piaggio Ape50. ....	74
Figura 63: Esboço Tuck Tuck. ....	74
Figura 64: Piaggio Porter Elétrico.77.....	75
Figura 65: <i>Street Food</i> na fase de acabamentos finais.....	77
Figura 66: <i>Street Food</i> na fase de construção de prateleiras de arrumação. Estas feitas em painéis de poliestireno, revestidos a poliéster. A empresa é responsável pela criação dos mesmos.....	77
Figura 67: <i>Street Food</i> em fase de preparação do expositor refrigerado. ....	78
Figura 68: Atrelado do estilo pão de forma em fibra de Vidro. Este é um exemplo executado de raiz pela empresa.....	78
Figura 69: Montagem de cozinha.....	79
Figura 70: Desenho das três frentes de venda. ....	80
Figura 71: Aguarela.....	80
Figura 72: Traseira do veículo.....	81
Figura 73: Prateleiras de arrumação do Robomart. Imagem retirada em fevereiro de 2016 de: <a href="https://www.designboom.com/technology/robomart-self-driving-store-01-26-2018/">https://www.designboom.com/technology/robomart-self-driving-store-01-26-2018/</a> .....	83
Figura 74: Frente de venda. ....	85
Figura 75: Lateral de reposição.....	85



## Índice de tabelas

Tabela 1 — Fardas. Serve para demonstrar as três tipos de fardas existentes nas pastelarias.....	63
Tabela 2 — Bolos em vitrines aquecidas e número de bolos por tabuleiro. Serve para demonstrar as diferentes variedades de bolos, o tipo de vitrine onde precisam ser armazenados e ainda a quantidade de bolos por tabuleiro. ....	70
Tabela 3 — Bolos em vitrines normais e número de bolos por tabuleiro.....	70
Tabela 4 — Bolos em vitrines refrigeradas e número de bolos por tabuleiro.....	71



## **Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos**

### **MUDE**

Museu da Moda e do Design

### **MDF**

Medium Density Fiberboard/ Placa de fibra de média densidade

### **EGEA**

Empresa de Gestão de Eventos Artísticos e Culturais

### **PMA**

Peso máximo autorizado





## Introdução

A presente dissertação é o corolário do Estágio/Projeto desenvolvido durante o segundo ano do curso de Mestrado em Design de Interiores e Mobiliário, na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco. O documento apresenta-se em formato de Relatório de Estágio, relatando e refletindo sobre os trabalhos desenvolvidos no Atelier de Design “Pedrita”, situado em Lisboa, que decorreu no período compreendido entre dezembro de 2015 e maio de 2016.

A opção pela realização de um estágio no último ano do Mestrado deveu-se, acima de tudo, ao desejo de iniciar uma atividade profissional no campo do design e fazer parte do funcionamento de um atelier de reconhecido prestígio. O objetivo era conseguir contactar e participar no desenvolvimento de projetos reais. Simultaneamente, visava-se colaborar e contactar com profissionais que estão a singrar na área, esperando capitalizar esses conhecimentos em benefícios futuros (quer profissionais quer de “abertura de horizontes”).

O estúdio Pedrita, onde o estágio decorreu, aceitou com total interesse e disponibilidade a integração do estagiário na equipa de trabalho, assegurando o seu devido acompanhamento ao longo dos seis meses que este durou. Os designers Pedro Ferreira e a Rita João, responsáveis do atelier Pedrita, demonstraram-se desde cedo preocupados com a adaptação do estagiário na equipa, bem como com o sucesso do relatório de estágio. Desta forma, fazendo convergir os interesses do atelier com o objetivo do estágio, validados pelo orientador, Doutor Pedro Oliveira, foi por todas as partes aceite que o projeto principal a ser desenvolvido pelo estagiário se centrasse num tópico de design de equipamento. Falamos especificamente do projeto “Entrepasto”, detalhado profusamente no desenvolvimento deste documento, e que foi, paralelamente as restantes tarefas/projetos do atelier, desenvolvido pelo estagiário. Procurou-se, naturalmente, fazer o estágio em paralelo a um registo escrito da tese e a uma reflexão sobre a própria atividade de projeto desenvolvida no atelier. A intensidade de trabalho requerida fez, todavia, com que grande parte do tempo dedicado à elaboração da tese só pudesse ser verdadeiramente iniciada após o término do estágio. Não obstante este facto, o atelier, através dos seus responsáveis, continuou a estar disponível para a cedência de informação e a verificação de elementos que permitiram engrandecer o presente documento.

O projeto “Entrepasto”, surgiu como proposta natural do atelier, legitimada pela orientação, em seguimento de um trabalho desenvolvido no passado e que culminou com a publicação do livro “Fabrício Próprio”. O projeto “Entrepasto” propunha-se, a partir da pesquisa elaborada para o projeto, desenvolver uma unidade de revenda de pastelaria semi-industrial portuguesa com o objetivo de reunir os melhores exemplos de pastelaria da cidade de Lisboa. Tendo como base esta premissa de desenvolvimento do projeto e de orientação do estágio, foi delineada a Questão de Investigação na qual se baseia e desenvolve o projeto Entrepasto:

## **Como projetar uma unidade de revenda móvel de pastelaria semi-industrial portuguesa na cidade de Lisboa?**

Para se desenvolver um projeto de unidade de revenda móvel muitos aspetos tiveram de ser tidos em consideração – técnicos, legais, funcionais, e, também, comunicativos. Numa altura em que os exemplos de *street food*, invadem as praças e ruas dos grandes centros urbanos de Portugal (com Lisboa à cabeça desta tendência), urge refletir sobre a identidade veiculada por esta nova realidade. Uma realidade que afecta a identidade e a imagem da cidade e do país. A venda de bens alimentares com recurso a unidades móveis que vão ao encontro dos seus clientes, em vez de esperar o inverso, é uma boa “metáfora” da sociedade atual, em constante movimento, e de um florescente novo modelo de negócio a que importa dar uma resposta de projeto assertiva.

Ao longo de todo o estágio foram diversas as tarefas desenvolvidas, que contribuíram para a sua versatilidade e ao mesmo tempo para a intersecção com as diferentes disciplinas e modelos de trabalho do estúdio e seus responsáveis Pedro Ferreira e Rita João. A multidisciplinaridade do *atelier* é visível através dos desafiantes projetos que eram abraçados e pelo modo como eles sempre envolviam a sinergia de equipas de trabalho multidisciplinares. Era isto, no fundo, parte do segredo para o sucesso dos projetos do atelier.

Este estúdio não segue uma metodologia de trabalho única e rígida. Cada projeto é interpretado como um desafio único e, consequentemente, é alvo de uma abordagem singular. Optando por seguir o rumo que as necessidades projetuais obrigam, estas são decisivas para a criação da equipa de trabalho. Ao longo do documento que seguidamente se apresenta pode-se seguir o exemplo de dois projetos concretos em que a participação de equipas multidisciplinares foi marcante para o seu sucesso – “*Underdogs* / Exposição Hong Kong” (subcapítulo 4.2) e “Pavilhão” (subcapítulo 4.4).

O presente Relatório de Estágio encontra-se dividido em quatro capítulos, sendo eles “Estúdio Pedrita”, “Estado da Arte”, “Estágio”, e “Projeto Entrepasto”. O capítulo “Estúdio Pedrita” apresenta o *atelier* e descreve-o através de alguns dos seus trabalhos já desenvolvidos, falando também das parcerias instituídas e da importância do atelier no panorama atual do design Português. O “Estado da Arte” apresenta alguns dos exemplos do que se faz em Portugal no ramo de *Street Food* e *Food Trucks*, bem como outros dois exemplos que demonstram o interesse que grandes marcas a nível mundial colocam nesta nova tipologia de negócio. O Estado da Arte consolida a pesquisa necessária para o desenvolvimento do ultimo capítulo, sendo os exemplos aí constantes a inspiração e a base para todo o desenvolvimento projetual. O capítulo “Estágio”, está dividido em diversos subcapítulos, sendo o primeiro uma síntese das diferentes tarefas desenvolvidas pelo estagiário ao longo da sua permanência no estúdio, e os restantes subcapítulos um relato dos projetos mais importantes por ele seguidos. A sua apresentação foi feita consoante a presença dedicada aos mesmo, crescente sequencialmente na dedicação dada pelo estagiário (em volume de trabalho prestado). O ultimo capítulo apresenta o projeto Entrepasto, desenvolvido em maior

autonomia pelo estagiário, tendo sido este começado no decurso do estágio, mas continuamente melhorado à posteriori deste sob a supervisão e acompanhamento do orientador. Neste último capítulo serão apresentados os diversos passos que levaram às conclusões finais, num projeto onde é relevante dizer que o contacto com os pasteleiros, e funcionários das pastelarias que foram entrevistados, bem como o contacto com a maior empresa de criação e distribuição de street food`s em Portugal e o escritor do livro “*Street Food & Food Trucks - O Guia do Investidor*”, João Baptista foram fundamentais para perceber o funcionamento deste tipo de negócios, sendo eles o servindo os seus exemplos para o método utilizado para atingir as conclusões finais do projeto.



## 1. Estúdio Pedrita

Rita João e Pedro Ferreira nasceram em Lisboa em 1978, sendo ambos licenciados em Design pela Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa. A designer Rita João estudou ainda na TU Delft na Holanda, e o designer Pedro Ferreira no Politécnico de Milão. Depois de terminados os seus estudos, trabalharam como designers freelancers em Portugal tendo, em setembro de 2002, integrado a equipa da “Fabrigo”, o centro de comunicação e pesquisa do grupo Benetton situado em Treviso, Itália. Em 2004, começaram a coordenar o departamento de design 3D da Fabrigo, onde permaneceram até 2005. Nesse mesmo ano regressaram a Lisboa e fundaram o estúdio Pedrita, onde têm vindo a desenvolver inúmeros e diversificados projetos.

O nome Pedrita deve-se a junção dos seus dois nomes (Pedro + Rita), nome pelo qual sempre foram conhecidos entre o núcleo de amigos próximo. Este nome sempre agradou, devido a sua sonoridade, sendo ao mesmo tempo o diminutivo de pedra.

Em colaboração com outras entidades, criadores e clientes de todo o mundo, incluindo TAP Portugal, Ordem dos Arquitetos, Camper, EXD, Movélpertes/Sonae Indústria, Central de Cervejas, Água de Luso e Grupo Amop, criaram projetos, inspirados pelas formas e técnicas tradicionais portuguesas. O seu trabalho investiga e questiona a cultura material (presente e do passado), em projetos onde a alvura se alia a uma simplicidade expressiva.

Entre outros projetos o Estúdio Pedrita desenvolveu: a linha de merchandising para a Coca-Cola da América Latina, juntamente com o HayonStudio de Barcelona; a exposição “Transit – contributos para um novo universo TAP”, onde foram os curadores em abril de 2005, a pedido da Experimenta e do Centro Português de Design; o projeto de recuperação das técnicas tradicionais de olaria realizado com as olarias de S. Pedro do Corval, organizado pelo Cencal no âmbito do programa rede, apresentado na bienal Experimentadesign 2005 no Museu Nacional do Azulejo e em Monsaraz em dezembro. Desde junho de 2006 que juntamente com outros estúdios, que organizam Freespeech e Pecha Kucha Night Lisbon, duas plataformas que promovem e intercetam várias linguagens nas áreas criativas.

O trabalho do Estúdio Pedrita não se dedica apenas ao design de objetos de uso corrente. Os designers Rita João e Pedro Ferreira gostam de testar as suas capacidades e o seu talento, não virando as costas a nenhum desafio. É exemplo disso o projeto de Fabrigo Próprio que abraçaram em 2007, em conjunto com o crítico de design Frederico Duarte. Este projeto culminou na edição de um livro sobre a pastelaria semi-industrial portuguesa, que desvenda as histórias por detrás de cada bolo. Este foi um sucesso de vendas, tendo a primeira edição esgotado em menos de um ano forçando à impressão de uma nova edição.

O trabalho dos designers Rita João e Pedro Ferreira (figura1) é fortemente marcado pela inspiração na cultura portuguesa. Um gosto que lhes vem de há muitos anos

através do qual eles procuram provar que é possível alinhar a tradição ao design e ao mundo contemporâneo.



**Figura 1.** Os *designers* Pedro Ferreira e Rita João.

Imagem retirada em outubro de 2017 de: <http://www.parqmag.com/?p=13941>

O *atelier* conta com inúmeros clientes parceiros e amigos como podemos ver de acordo com informação disponível em <http://pedrita.net/about/>: Água de Luso, Benetton, Amorim, Bio 50, Boishuchet, Bosa, BD – Barcelona Design Center, Casa da Música, Casamania, Cencal, CNA e Confartigianato, CocaCola – Latim America Division, Cortiço e Netos, Direção Geral das Artes Ermida N<sup>a</sup> S<sup>a</sup> da Conceição, ESAD – CR, Espaço Espelho d'Água, Experimenta, Extrastudio, Fabrica – Benetton's Communication Research Center, Fundação EDP, Futuro Sustentável, Guimarães 2012 European Cultural Capital, Amop Instituto Europeu di Design LABoral – Centro de Arte y Creación Industrial, Make ii Better, Metalarte, NMU, Mude – Museu da Moda e do Design, Museu Nacional do Azulejo, Ordem dos Arquitectos, Pecha Kucha Night Lisbon, Show me, TAP, Torino 2008 World Design Capital, Turismo de Portugal, Underdogs gallery, Vienna Design Week, VHILS and Zerodois.

O *atelier* de design Pedrita situa-se na Calçada do Tojal em Benfica Lisboa, sendo os seus responsáveis e fundadores Pedro Ferreira e Rita João. Trata-se de um estúdio multidisciplinar a partir do qual os seus fundadores recorrem a uma rede de profissionais estabelecidos, e a equipas de trabalho que variam consoante os projetos executados. Estes são escolhidos conforme as necessidades e os desafios que vão sendo colocados, de forma a criar soluções e formas inesperadas baseadas e fundamentadas em conceitos conscientes. Ocasionalmente os responsáveis do atelier possibilitam a integração de estagiários na sua equipa, um privilégio que teve a honra de receber.

## 2. Estado da Arte

### 2.1. Street Food

Street Food, é um anglicismo que designa literalmente “comida de rua”. Comida (e/ou bebida) que é vendida em locais públicos (ruas, praças, mercados ou feiras), e com características ambulantes. Uma atividade profissional que é, a maioria das vezes, feita a partir de uma estrutura temporária, amiúde auto-portante.

Batista (2015, p.33) define o Street Food como “...uma atividade que consiste na preparação e venda especializada de produtos alimentares na rua a partir de uma plataforma móvel devidamente afecta a uma, ou mais, marcas específicas.”

O Street Food enraizou-se nos últimos anos em Portugal, como realidade urbana, sendo um conceito de serviço com grande projeção e destaque na atualidade. São inúmeras as formas de venda, em espaços móveis que se encontram em Portugal e além-fronteiras uma vez que esta forma de venda/consumo não é específica de uma cultura ou país, mas assume uma abrangência mundial.

O desenvolvimento de postos de venda de rua, não é um apanágio da atualidade. Ele tem pontos de contacto com as culturas nómadas e, naturalmente, com os diversos tipos de comércio ambulante que em Portugal têm longa presença em feiras. No entanto, enquanto forma de negócio, a venda ambulante de rua surge sempre que a oportunidade se cria. Uma oportunidade ligada ao contexto social e económico, mas, também, à abertura concedida pela legislação em vigor.

Sempre que as condições se reúnem e há necessidade de diferenciar os produtos também pelos equipamentos de venda, como é o caso do presente, a criatividade tem espaço para florir. Desta forma podemos afirmar que o design está associado à tendência crescente (e ao sucesso?) do Street Food uma vez que permite que os espaços e equipamentos captem a atenção do público, supram necessidades e proponham novas relações, potenciando as oportunidades de venda em rua.

Tudo isto se proporciona devido a própria evolução da sociedade, que vive em constante movimento, e isto ajuda no sucesso da Street Food. Uma sociedade de valorização do imediato e que não parece tolerar a perda de tempo em esperas de pedidos. Aliás, a velocidade de serviço parece ser uma grande vantagem em relação a um negócio tradicional (restaurante ou outro): a possibilidade de ter um serviço ou produto rapidamente, facilita a vida citadina atual, caracterizada por reduzidos horários de almoço em dias de trabalho.

Embora a mobilidade seja a grande vantagem dos equipamentos de Street Food sobre os negócios “sedentários” a verdade é que algumas marcas começam a tentar satisfazer uma clientela fiel (não apenas de oportunidade) e preocupam-se em informar esta relativamente ao local onde se encontram. Assim, muitas das marcas e

serviços de Street Food possuem aplicações na internet, que possibilitam a qualquer momento as georreferenciar.

O impacto do Street Food é significativo em termos económicos. Segundo Batista (2015 p.39) “A Organização das Nações Unidas (ONU) estima que, diariamente, 2,5 bilhões de pessoas em todo o mundo consumam Street Food”.

Ao conceito de Street Food também se associam os Food Trucks. De acordo com informação obtida em: (<http://www.foodtrucktotal.com/#!historia-dos-food-trucks/cjg9>), a origem do conceito Food Trucks remonta aos Estados Unidos da América e ao findar da Guerra Civil. Nessa época o mercado de carne bovina no Texas entrou em grande expansão sendo que muito gado pastava em zonas onde o acesso era quase inexistente. Isto fez com que os trabalhadores passassem grandes temporadas nestes locais o que levou a criar uma forma móvel de distribuir comida por estes. Tudo começou a partir de Chuckwagons, origem primitiva dos atuais Food Trucks, e a sua origem vem de Charles Goodnight. Que ao aperceber-se das dificuldades que existiam em cozinhar refeições adequadas na movimentação de gado, decidiu modificar uma carroça que pertencera ao exército dos Estados Unidos. Construiu prateleiras e gavetas no seu interior, onde o abasteceu com louças, e utensílios necessários, inclusive suplementos médicos. Havendo o cuidado de colocar nas prateleiras mais baixas os elementos mais pesados, ficando os alimentos no interior do vagão. Dos alimentos que nele se podiam encontrar, faziam parte o feijão, café, farinha de milho, e outros produtos fáceis de se preservar. Não existiam frutas frescas, legumes, ovos. Nem Carne, com a exceção de quando um animal era encontrado ferido. Havia lugar também para um barril de água, e uma espécie de fogão para cozinhar.

Na década de 90 do século XIX, começaram a aparecer camiões a servir refeições aos trabalhadores noturnos da cidade de Nova Iorque (Figura 2). A afluência a esta nova forma de venda era tal que algumas marcas (caso da “The Owl”), que se dedicavam a restauração móvel, na verdade acabassem por desistir de mover os seus camiões do



**Figura 2.** Food Trucks em Nova Iorque na década de 1890.

Imagem retirada em fevereiro de 2016 de: <http://www.andarilhosfoodtruck.com.br/news/origem-do-food-truck/>



lugar original – afinal não era necessário movê-los dada a grande afluência em alguns contextos.

Toda esta tendência foi sendo aumentando, e espalhada para outros países. Tornando-se cada vez mais visível. Os E.U.A. voltam a ganhar destaque nesta vertente quando a crise económica que se sentiu na última década, fez com que muitos restaurantes tradicionais fechassem. Novamente uma situação de maior dificuldade, em que a ideia dos *Food Trucks* ganhou maior força, criando assim um espaço de venda de refeições móveis acompanhando o fluxo da população.

Em Portugal, a cada ano que passa, aumentam os exemplares desta vertente nas ruas, bem como são cada vez mais diversificados os produtos que neles se podem comprar. Este seu crescimento permitiu a criação de festivais do género, onde se podem observar diversos *Street Foods* num mesmo espaço durante um período de dias estabelecido. Segundo Batista (2015, p.42) o Festival Europeu de *Street Food*, por exemplo, que decorreu em abril de 2015 no Estoril, teve uma afluência de público superior a cem mil pessoas. também o programa televisivo “*Shark Tank*,” em janeiro do mesmo ano, foram responsáveis pelo despontar de novos projetos e empreendedores.

Pelo mundo inteiro grandes marcas como é o caso da Peugeot também se associam ao conceito da *Street Food*. “*Le Bistrot du Lion*” foi um projeto apresentado a 2 de abril de 2015, num evento popular em Paris designado “*Le Carreau du Temple*”. Desenvolvido pelo Peugeot Design Lab, que passou a residir na Milan Design Week, e onde foi também apresentado no pavilhão francês da Expo de Milão. De acordo com informação disponível em (<http://www.peugeot.com/en/news/the-peugeot-foodtruck-the-lion-launches-a-bistro>), foi projetado pela Peugeot um veículo (Figura 3), que permite cozinhar refeições de grande qualidade no próprio lugar. Uma carrinha projetada com a mais alta tecnologia, projetada para ser um espaço com as



Figura 3. *Le Bistrot du Lion*.

Imagem retirada em fevereiro de 2016 de: <http://www.peugeot.com/en/news/the-peugeot-foodtruck-the-lion-launches-a-bistro>

caraterísticas necessárias para que os chefes possam “on-the-road” desenvolver os seus pratos.

Numa demonstração que as grandes marcas de carros, também se renderam aos novos conceitos, permitindo com as suas criações oferecer a possibilidade desta nova tendência de cozinhar em espaços públicos. O que só vem a desmontar que o lugar da sua implementação não inviabiliza a qualidade da refeição. Podendo ser mesmo obtido na rua o desempenho de uma cozinha tradicional de um restaurante.



**Figura 4.** *Robomart*. Protótipo desenvolvido pela Toyota, que pretende levar os produtos de supermercado ao cliente, recorrendo a robótica.

Imagem retirada em fevereiro de 2016 de:

<https://www.designboom.com/technology/robomart-self-driving-store-01-26-2018/>

Em Portugal, depois da crise de 2012 que se viveu no país, o negócio da comida de rua tornou-se numa forma de jovens empreendedores iniciarem uma atividade profissional. A criação de muitos dos equipamentos de comida de rua em Portugal forma da responsabilidade de Luís Miguel Rato<sup>1</sup>.

A presença de equipamentos de comida de rua nas grandes cidades (Lisboa e Porto maioritariamente) fora dos circuitos de feiras, começou a crescer a partir de 2010, como atestado por Batista (2015, p.41): “... o mercado Português da Street Food tem

---

<sup>1</sup> Fundador da maior empresa transformadora de veículos para comida de rua (KiosqueStreetFood, uma marca da Verso Move, <http://www.kiosquestreetfood.com>), presidente da associação *Street Food Portugal*, grande impulsionador do único livro editado em Portugal sobre o tema: “*Street Food & Food Trucks - O Guia do Investidor*”, escrito por João Baptista.

conhecido uma expansão exponencial desde que, em 2010, o *chef* Chakal<sup>2</sup> se fez a estrada com a sua *Piaggio Ape 50* Transformada para o programa de televisão *Chakall & Pulga*. Este programa foi o mote para que, passados dois anos, comesçassem a surgir outros projetos.

São da responsabilidade da *Kiosque Street Food*, empresa sediada no Cartaxo, a construção e desenvolvimento da maioria dos exemplos de carrinhas de comida de rua que se observam em Portugal, e que seguidamente apresentaremos como casos de estudo.

### 2.1.1. A Brasileira

O café “A Brasileira” é dos locais mais emblemáticos de Lisboa. Situado na Rua Garret, próximo do Largo do Chiado, com a famosa estatua de Fernando Pessoa sentado na sua esplanada, foi fundado a 19 de dezembro de 1905. Com um lugar geográfico bem instituído e fazendo parte da memória afetiva e identitária da cidade de Lisboa, o café “A Brasileira” afetivo decidiu, ainda assim, aderir à moda da *Street Food*. O seu promotor, João Silva, teve a intenção de levar este café para as ruas, para fazer chegar o “melhor café de Lisboa” aos clientes. Assim, estacionando um veículo propositadamente personalizado no Miradouro da Senhora do Monte, disponibilizou café (e disseminou a marca) num local de Lisboa caracterizado pela bela vista.

O veículo escolhido pela Brasileira para vender café na rua foi construído sobre a estrutura de um APE50 (Figura 5). Um veículo pensado para transportar e apoiar a venda de cafés e pastéis de nata. O projeto de execução do veículo ficou a cargo da empresa *Kiosque Street Food*, sendo estes responsáveis pela criação da carroçaria, do sistema elétrico, refrigeração, arrumos, pintura e toda a demais decoração e design de comunicação.

---

<sup>2</sup> Sendo tão importante a visão do Chef Chakal que, hoje em dia, este assume o cargo de vice-presidente da Associação *Street Food Portugal*.



**Figura 5.** Piaggio "A Brasileira".

Imagem retirada em outubro de 2017 de: <http://www.kiosquestreetfood.com/>

O seu aspeto mantém alguns dos detalhes identitário da marca “A Brasileira”, como a marca gráfica e a cor geral do veículo nas tonalidades verde e creme. O veículo tem aberturas laterais e traseira, com portas rebatíveis verticais. Conta ainda com três balcões, também rebatíveis, e com uma vitrine de controle de temperatura para conservar os pastéis de nata, para além de possuir uma máquina de café.

É importante referir que toda a venda é feita pelo exterior, estando sempre o empregado em contacto direto com os clientes, sendo que o interior do veículo só contempla os equipamentos que sustentam o produto de venda.

Este exemplo de Street Food merece destaque pelo facto de a Brasileira ser um espaço físico emblemático da cidade de Lisboa, mas que se rendeu ao conceito. Serve este de fonte de inspiração para o projeto de nome “Entrepósito” que este documento irá descrever no capítulo 3.5.

### **2.1.2. Bagel&Company**

O projeto “Bagel & Company” nasceu em 2015 e a construção do veículo que suportaria o transporte e venda de rua ficou a cargo da empresa “Kiosque Street Food”. O veículo teve a sua forma inspirada num pão de forma (ver Figura 6) e assumia-se como um atrelado (não sendo automóvel como o exemplo anterior).

No equipamento da Bagel & Company a venda é feita a partir do interior da estrutura. Sendo os bagels o produto principal de venda, são também preparadas limonadas e sangrias, e vendidos refrigerantes e cafés (através de uma máquina da

marca Nespresso). O atrelado prevê duas zonas para atendimento dos clientes, uma lateral e a traseira, sendo que a outra lateral contém a porta de acesso ao interior.

O atrelado transporta para os locais de permanência uma pequena mesa e duas cadeiras, que servem como esplanada, e ainda um quadro de ardósia com tripé onde se afixa o menu e preço. Todos estes equipamentos são guardados no interior do atrelado sempre que este não está em funcionamento.

As cores predominantes deste caso de estudo são o castanho o azul e o creme, existindo o cuidado de o/a funcionário/a se apresentar fardado/a com calça preta, camisa branca, laço preto, avental castanho e boina bege. Este detalhe demonstra cuidado no planeamento do negocio, e contribui para uma imagem monolítica da marca.



**Figura 6.** Bagel & Company no festival do Arco do Cego.

Figura do autor.

Foi possível observar o exemplo de Street Food da Bagel & Company em funcionamento por ocasião do festival no Arco do Cego, decorrido em maio de 2016. Neste evento também se encontravam outros exemplos de equipamentos de venda nómada na rua, que serão apresentados seguidamente.

A proprietária do equipamento de Street Food da Bagel & Company, quando entrevistada, referiu que as redes sociais são fundamentais para o sucesso do seu negócio. Tanto que ao redor do veículo podem ser observados os links para o Facebook e Instagram, e conta também com correio eletrónico onde os clientes podem mandar as suas sugestões ou críticas. A Bagel&Company costuma estacionar todos os fins de semana em diferentes lugares, e tem por hábito participar em festivais.



Falamos de um exemplo de food truck em que o interior apresenta uma cozinha industrial em ponto pequeno, em que a arrumação e organização são fundamentais. A cozinha possui diversos arrumos (armários e prateleiras em inox), estando equipada com um micro-ondas, um fogão, e um pequeno lavatório (Figura 7). No interior dos armários encontram-se as arcas frigoríficas onde são arrumados os refrigerantes e o gelo para as bebidas. Na bancada lateral podem ser observados zonas de arrumação embutidas, onde se guardam os pacotes de açúcar para o café, frutas para a sangria, e ainda as palhinhas. Mesmo sendo um espaço reduzido nele são obrigatórias as sinalizações de segurança. De forma a que possam passar recibo, o atrelado conta com um sistema de faturação online, controlado por tablet, e tem uma pequena impressora para os recibos.



**Figura 7.** Interior do atrelado.

Figura de autor.

### **2.1.3. Pastel de Chaves**

O Pastel de Chaves é mais um veículo do género Piaggio APE50, que se dedica à venda de pasteis de chaves na sua vertente tradicional, e também pastéis de chocolate e de amêndoa. Vende ainda garrafas de água e café da marca DolceGusto. Para além da marca gráfica, o veículo ostenta um slogan “O pastel voltou à rua”.

A marca Pastel de Chaves utiliza neste entreposto comercial as redes sociais como veículo de autopromoção e georreferenciação. O sistema de faturação é também feito através de aplicação de sistema de faturação instalada no tablet com uma pequena impressora de talões. Nos eventos é montada uma pequena esplanada, composta por uma mesa e duas cadeiras, existindo o cuidado de colocar um tapete de relva artificial por baixo, e ao lado um balde do lixo. Apresenta também um cartaz onde está descrito

o menu, e um quadro de ardósia fixo por uma estrutura em cavalete. Todos estes elementos não cabem no APE50, e são transportados num segundo veículo de apoio à deslocação.

O veículo visível na Figura 8 conta com uma vitrine e quatro arcas refrigeradas, duas na frente para as águas, e duas atrás para os doces. Tem ainda dois pequenos balcões rebatíveis para uso dos clientes, e uma mesa também rebatível onde é colocado o fogão. Os pastéis vêm previamente congelados, sendo cozinhados no fogão existente no veículo indo repor os consumos/vendas efetuados à medida das necessidades. Todas as laterais do veículo são utilizáveis. As portas do veículo, tendo amortecedores, possibilitam um uso como palas de sombreamento. Na parte traseira existe também um balcão extensível que, no dia em questão, estava a ser usado para colocar o equipamento de registo e faturação



**Figura 8.** Pastel de Chaves. Na figura é visível o balcão extensível, bem como a esplanada montada no exterior, e o quadro de ardósia.

Figura do autor.

#### **2.1.4. Via Creparia**

A marca “Via Creparia” possui um atrelado em formato de pão de forma que, por norma, estaciona para venda sempre que existem festivais e eventos. Atualmente vende crepes e waffles, bem como águas, refrigerantes, limonadas e cafés. O negócio sofreu algumas alterações desde que nasceu até à atualidade. Começou por vender refeições saudáveis em frascos, mas como o público não aderiu bem ao produto mudou o conceito (e produto) de venda.

O equipamento de venda ambulante usado pela marca “Via Creparia” foi, também ele, executado pela empresa Kiosque Street Food. Possui duas frentes abertas para o público e uma zona de acesso de serviço, pois toda a preparação dos alimentos e serviço de venda é feita no interior do veículo.

Neste caso de estudo o veículo assume um conceito de food truck, pois todos os elementos interiores assemelham-se a uma cozinha industrial de pequenas dimensões, cozinha esta que apresenta os elementos necessários para a preparação do produto de venda (Figura 9). Neste caso, para além de todos os arrumos e arcas refrigeradas, conta ainda com uma máquina de fazer crepes e outra de waffles. A massa é preparada no lugar e depois cozinhada, e servida consoante os ingredientes presentes no menu.



**Figura 9.** Interior da Via Creparia. Na figura podemos ver a preparação dos Waffles e ao lado a crepeira.

Figura do autor.

O atrelado no seu exterior apresenta um balde do lixo, e um pequeno expositor com a demonstração do menú. As imagens dos produtos são ainda apresentadas na base das aberturas de serviço ao público (Figura 10).



**Figura 10.** Frente do veículo.

Figura do autor



Os exemplos acima apresentados são um resumo dos exemplares que podem ser encontrados pelas ruas de Lisboa. A sua escolha deve-se a utilidade que estes tiveram para a concretização do capítulo 5 Entrepasto, sendo estes um resumo das formas que podem ser observadas. Todo o restante existente assemelhasse ao que foi apresentado, sendo que em Portugal ainda são poucas as empresas que se dedicam a este tipo de produção, e sem grande variedade formal.



## **3. Estágio**

### **3.1 Tarefas desenvolvidas**

Ao longo do estágio foram várias as tarefas desenvolvidas. Algumas de curta duração e menor importância, outras mais dilatadas no tempo e, conseqüentemente, com maior relevância no contexto do estágio. No entanto, todas as tarefas desempenhadas e de seguida descritas contribuíram para a plena compreensão do modo de trabalho do Estúdio Pedrita.

As tarefas desenvolvidas no decurso do estágio foram muito variadas, passando pela organização do próprio espaço de trabalho do atelier, receção e atendimento dos clientes, até ao desenvolvimento de desenhos ortogonais de projetos, modelação tridimensional e maquetagem, entre outras tarefas.

O primeiro mês de trabalho no atelier foi consensualizado entre as partes envolvidas como “de experiência” pelo que todas as tarefas atribuídas foram feitas com o único intuito do que interessava ao bom funcionamento do estúdio. O objetivo foi o de emergir profundamente na maneira de trabalho do atelier e, também, mostrar disponibilidade para adaptar à identidade profissional do mesmo ao mesmo tempo que se aprendia.

Seguidamente serão apresentadas e descritas algumas das tarefas desenvolvidas, que no essencial de circunscreveram aos objetivos propostos para o estágio, não obstante se tenham também efetuado tarefas complementares.

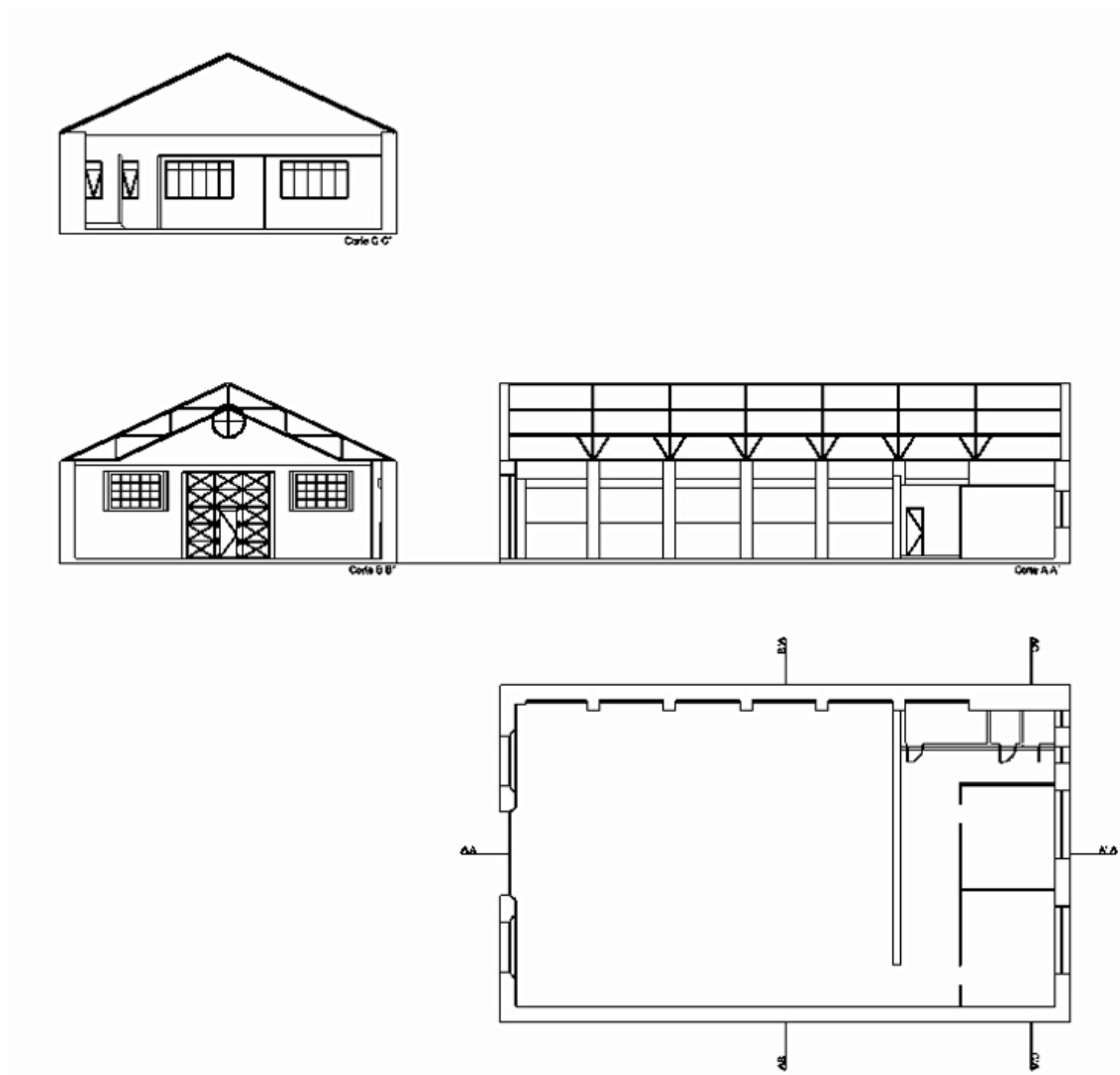
#### **3.1.1 Desenhos ortogonais 2D**

No desenvolvimento de um projeto, o desenho técnico dispensa apresentações, falamos de uma ferramenta fundamental, obrigatória em qualquer atelier de design.

Para o desenvolvimento de desenho técnico bidimensional foi necessário aprender a usar uma nova ferramenta, o software de modelação Rhinoceros (versão 5.0), uma vez que este era o único software utilizado pelo atelier para este tipo de tarefa. A interface do Rhinoceros foi-me apresentada logo no primeiro dia do estágio por forma a que, tão cedo quanto possível, eu me comesse a familiarizar com esta e a dominar os rudimentos do uso da ferramenta. O decurso do estágio no Estúdio Pedrita veio-me a demonstrar que o uso do Rhinoceros era uma condição frequente no trabalho esperado do estagiário.

No decorrer do estágio foram muitas as horas de trabalho dedicadas a esta tarefa, para a representação de plantas, alçados e, por vezes, também de cortes de objetos (ver exemplo na (Figura 11)). Em outras ocasiões foram também desenvolvidos desenhos de

equipamento, sendo que todo o trabalho desenvolvido era posteriormente entregue ao Pedro, um dos dois responsáveis do atelier, que se encarregava posteriormente da sua verificação e conclusão, em caso de necessidade.



**Figura 11.** Alçados e planta de um pavilhão, que o atelier remodelou para a exposição Underdogs. Neste projeto apenas foi feito o levantamento do espaço.

Figura do autor.

### 3.1.2 Modelação/Visualização 3D

Tal como o desenho bidimensional, as projeções tridimensionais, foram desenvolvidas a partir do *software Rhinoceros 3D*. Como descrito anteriormente, foi necessário uma aprendizagem e adaptação ao programa de forma a poder desenvolver os trabalhos necessários para o atelier.

Ao contrário do desenho bidimensional, a modelação tridimensional não era desenvolvida de modo tanto frequente. Por norma, quando se tornava necessário fazer uma modelação tridimensional era o Pedro Ferreira quem assumia essa tarefa no estúdio. Em alguns dos casos eram passados ficheiros onde trabalhava e completava alguns detalhes, de forma a depois serem entregues ao Pedro Ferreira, que os finalizava.

Apesar de ter sempre existido um cuidado por parte do responsável do atelier em auxiliar e acompanhar os trabalhos executados no *software*, este constituiu uma das tarefas cuja curva de aprendizagem se revelou mais longa. Não obstante, com o decorrer do estágio a ferramenta acabou por ser “dominada” a ponto de se ter tornado numa nova ferramenta de trabalho (mesmo no pós-estágio).

### 3.1.3 Maquetas

As maquetas foram muitas vezes construídas para um melhor entendimento estrutural e espacial dos projetos. Cada vez menos utilizadas no *atelier* devido a demora da sua construção e gasto envolvido. Quando se fala de uma maqueta que é construída para um processo de estudo, o Pedro Ferreira e a Rita João repensam se vale ou não a pena o seu processo, sendo que o desenho tridimensional passou a resolver muitas destas questões, sendo esta técnica colocada em segundo plano no estúdio.

Na minha presença foi executada apenas uma maqueta de estudo necessária ao desenvolvimento da Remodelação do Hotel Roma. Tratou-se de uma maqueta à escala 1/100, construída em cartão branco e cujo sistema de união entre as diversas partes foi assegurado por fita adesiva (Figura 12). A lógica desta construção prendeu-se com dois motivos principais: por um lado facilitar a sua alteração ao longo da evolução do projeto; e por outro ser um processo rápido de construção/desconstrução. Pode-se afirmar que a criação desta maqueta foi necessária à evolução do próprio projeto, sendo apenas esta tarefa desenvolvida pelo estagiário neste projeto.

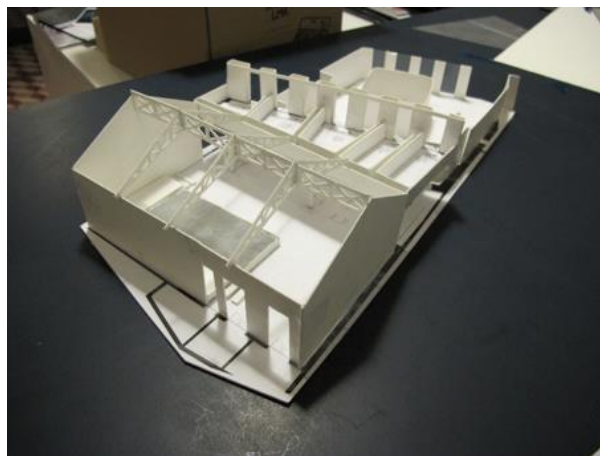


Figura 12. Maqueta de estudo do Hotel Roma.

Figura do autor.

A construção da maquete passou pelo desafio de representar a estrutura portante da cobertura do espaço, feita em asnas metálicas. Esta estrutura portante, foi necessária para melhor ponderar a proposta de uma nova cobertura do espaço – que devia por um lado depender estruturalmente das asnas, mas, que se pretendia também ser capaz de se ligar de um ponto de vista estético com estas.

Sempre que necessário o detalhe construtivo da maquete do Hotel Roma foi tarefa da minha responsabilidade. Em complemento a esta o Pedro Ferreira complementou o projeto com modelações tridimensionais e *renders*/foto-montagens, com o intuito de representar materiais e acabamentos no projeto. Também ocorreu que algumas simulações do espaço partissem de fotografias da própria maquete, sobrepostas ou não aos desenhos 3D, e posteriormente completadas com ilustrações em aguarela pela Rita.

### **3.1.4 Foto documentação**

Ao iniciar qualquer novo projeto de interiores no atelier, existiu sempre o cuidado de documentar fotograficamente os espaços antes da sua intervenção.

O projeto do Hotel Roma constitui um dos exemplos de trabalho seguido no atelier onde foi necessário deslocar-me constantemente ao espaço para o fotografar. Falamos de um espaço com características únicas, um edifício que se assumia com três valências distintas – uma oficina automóvel, e duas pensões diferenciadas –, que estavam em funcionamento, mas se pretendiam realocar ao uso único de hotelaria (o edifício tinha sido comprado por uma só cliente, que o iria transformar num único Hotel). Quando se fala de um projeto com estas características compreende-se que a equipa de trabalho seja vasta. Os Pedrita assumiram a responsabilidade do Design de Interiores. Os registos fotográficos, registados frequentemente por mim, apoiados pelas visitas ao espaço serviram para um melhor entendimento dos revestimentos, das coberturas, e acima de tudo das alterações impostas ao longo dos anos. No contexto deste projeto específico dirigi-me ao espaço sempre que uma dúvida se colocava ou quando necessário entender alguns dos seus aspetos de revestimentos e estrutura, fazendo a recolha de tudo o que era pedido, recorrendo sempre a fotografia digital.

O Hotel Roma foi um dos exemplos de projeto onde a foto-documentação assumiu grande importância. Provavelmente foi aquele onde a minha contribuição ao nível da documentação fotográfica foi mais expressiva, daí ter recorrido a ele no contexto deste subcapítulo com o intuito de melhor descrever a tarefa. Todavia, este projeto esteve longe de ser o único onde eu me dediquei à tarefa da foto-documentação. Posso mesmo afirmar que essa tarefa era uma constante, tendo eu assumido muitas vezes essa responsabilidade perante o atelier.

Em termos técnicos a fotografia era feita com recurso a uma câmara digital compacta pertencente ao *atelier onde* foi sempre valorizado o enquadramento não

tendo em atenção a composição ou técnica de execução, sendo o modo automático recorrente.

### 3.1.5 Esboços

O desenho de esboço, à mão levantada, foi um dos processos que desempenhei destacadamente no atelier. A Rita foi a principal responsável pelo impulsionar desta tarefa uma vez que ela própria não concebe o projeto de qualquer objeto/espço sem a criação de perspetivas com ponto de fuga. Estas eram amiúde desenhadas à mão e posteriormente coloridas com o uso de aguarelas ou lápis de cor sobre o suporte de papel cavalinho ou de aguarela.

Apercebi-me no decurso do estágio que o desenho com recurso a aguadas apresenta um enorme potencial no início de um projeto. A sua rapidez, a par da facilidade com que apresenta uma solução de projeto possibilita equacionar cenários e evoluir ideias de modo muito rápido. A diferença entre um desenho e um render, é que o primeiro, por ser mais impreciso (até ao nível da apresentação dos materiais), deixa espaço para que o cliente possa imaginar o que não está detalhado – e assim melhor se ver envolvido no processo criativo. Num esquiço, uma mancha pode ser apenas um conjunto de diferentes luminosidades, não assumindo um matiz específica. Pode ser interpretada como um tipo de azul ou qualquer outra matiz. Ao olhar para o desenho de aguada o cliente vai ter a oportunidade de imaginar a cor que mais lhe agrada, concentrando-se mais a discutir a forma que os acabamentos – aspeto fundamental numa fase inicial do projeto. Consciente desta realidade, a Rita dedica muito do seu tempo a criar ilustrações (por vezes recorrendo a montagens por colagem), que apresenta aos clientes e que ficam depois expostas nas paredes do atelier como uma *storyline* de evolução do projeto enquanto este decorre.

Ao longo do estágio foi-me permitido desenvolver diversos desenhos de perspetiva a mão levantada, bem como fotomontagens onde posteriormente era utilizado desenho e aguada. Muitos destes foram também fixados na parede, e arquivados em dossier quando da conclusão dos projetos.

### 3.1.6 Trabalho de oficina

O estúdio Pedrita tem um espaço oficial nas suas instalações, tendo este carecido de uma constante organização e limpeza – tarefas que assumi inúmeras vezes.

As oficinas eram um lugar destinado ao trabalho mais sujo, no entanto o atelier recebe diversas visitas pelo que foi sempre necessário mantê-lo limpo e organizado. Uma vez por mês o estúdio abria as portas para a visita de alunos que queriam conhecer o espaço e o trabalho dos Pedrita.

Grande parte das experiências executadas ao longo do projeto desenvolviam-se nas próprias oficinas. Como exemplos posso citar o corte de madeiras, azulejos e metais. Mas, também, a montagem e desmontagem de equipamentos.

As oficinas guardam uma pequena parte do vasto espólio de azulejos de que se socorrem para diversos projetos (criação dos painéis Grão – ver subcapítulo 2.3.2), e são também arquivo de projetos e objetos de maiores dimensões, devidamente sinalizados e guardados em caixas.

A oficina assumiu-se assim como um espaço em permanente modificação. No fundo o espaço adaptava-se às necessidades de cada projeto, sendo reorganizado em função dos constrangimentos que iam surgindo. Sendo que foi essencial a minha colaboração em todas as mudanças necessárias. Pode dizer-se que durante inúmeras horas as oficinas foram o meu posto de trabalho.

### **3.1.7 Montagem de exposições**

Um dos trabalhos realizados e observados no atelier consistiu no projeto e montagem de exposições, sendo o MUDE uma das entidades responsáveis por diversos pedidos de colaboração. Por exemplo, os Pedrita foram convidados para a organização do espaço da exposição sobre o “Ensaio para um arquivo: o tempo e a palavra. Design em Portugal entre 1960 e 1974”. Os equipamentos expositivos criados possibilitavam aos visitantes tocar nos documentos e peças, não os protegendo como o paradigma de uma exposição museológica ditaria. – Proposta polémica quando falamos de exemplares de elevado valor cultural/económico. Desta forma foi necessário repensar a sua forma de exposição e de proteção, sendo que os Pedrita voltaram a ser contactados para novamente solucionar o problema. Por ocasião desta interrupção da exposição (coincidindo com o *timming* do meu estágio) fui encarregue de pensar em formas de solucionar o problema. Foi-me dito pela Rita que era necessário fazer uma espécie de embalagem em acetato de polivinil, de forma a proteger todos os documentos. Desloquei-me então ao MUDE, onde me foi apresentada toda a exposição e indicado quais eram os exemplares que mais se estavam a degradar. Ao deparar-me com as necessidades existentes parti para a criação de um primeiro exemplar, como forma de estudo. Era fundamental que esta não fosse notória, sendo que todas as dobragens e colagens teriam que ser feitas com o máximo de cuidado. Para a sua criação apenas utilizei X-ato, papel de cozinha, fita cola transparente e claro o acetato de polivinil. Para as dobragens usei um X-ato para fazer um corte leve, que foi depois vincado usando papel de cozinha. A embalagem era um simples paralelepípedo, de diferentes dimensões consoante os documentos. Estive um dia inteiro no museu a executar esta tarefa, sendo que não foi suficiente para proteger todos os documentos. A funcionária que esteve a colaborar comigo ficou responsável por aprender a técnica e completar a tarefa no dia seguinte.



Foi importante a confiança que os Pedrita depositaram em mim, bem como o contacto com a diretora do Museu, e os seus funcionários. Sendo que nesta tarefa representei com elevado grau de autonomia o nome do *atelier*.

### 3.1.8 Brainstorming

Foi ativa a presença nas discussões semanais organizadas para a discussão de ideias e distribuição de tarefas. Era necessário fazer o ponto da situação, sendo muitas vezes essa a única altura em que existia um contacto direto com o Pedro e a Rita.

Era tarefa do estagiário fazer uma recolha de informações e de ideias no início de (quase) todos os projetos, sendo esta uma responsabilidade extra *atelier*.

A recolha imagética era sempre organizada em suporte de papel, sendo montada com recuso a colagens, desenhos ou até mesmo texto em forma de diário gráfico. No final da semana todas as ideias e recolhas eram apresentadas numa reunião informal de forma a criar rumos para os trabalhos subsequentes.

No atelier posso dizer que tudo começava com a pesquisa de imagens na internet (maioritariamente através do *Pinterest*), por sugestão dos próprios responsáveis do atelier. Nesta recolha de imagens fazia uma espécie de estado da arte. Sendo que depois era complementado com outras fontes de pesquisa.

Posso concluir que foi sempre com enorme motivação que desenvolvi as pesquisas para a parte do *brainstorming* inicial. Conseguia nesta fase assumir um papel preponderante na imersão ao projeto e, ocasionalmente, as minhas ideias revelaram-se importantes no decurso de alguns projetos. Consegui aliar alguns conhecimentos da instituição de ensino superior onde estudei, bem como algumas características pessoais, algumas delas ligadas às minhas origens, que trouxeram um olhar individual sobre os tópicos.

Amiúde o objetivo destas sessões de *brainstorming* era o de identificar pontos de interesse/abordagem únicos que eram, posteriormente, alvo de recentramento da busca e a recolha de informação (imagética e não só) para nova ronda de debate sobre o assunto. Deste processo começava a construir-se a orientação para os projetos/desafios colocados.

### 3.1.9 Levantamento/ medição de obra

O levantamento dimensional de um espaço constituía-se como um trabalho de grande importância para o arranque de qualquer projeto. Quer se tratasse de uma intervenção num espaço aberto, num edifício, ou parte de um edifício.

Durante toda a duração do estágio foi sempre solicitada a minha colaboração sempre que era necessário proceder ao levantamento das medidas. Para tal, as ferramentas utilizadas resumiam-se a uma fita métrica, um medidor laser e um bloco de apontamentos para registo das dimensões e geometrias dos espaços. Assumi a tarefa do levantamento dimensional com a consciência da sua grande responsabilidade. Afinal, era com base nessas mesmas medições que eram depois planeadas todas as alterações necessárias nos espaços. Eventuais erros de medição acarretariam graves problemas na construção da obra e, consequentemente, implicações económicas para o atelier.

A confiança do atelier no meu trabalho permitiu que, por diversas vezes, ficasse encarregue em exclusivo pelo levantamento dimensional dos espaços, e pelo subsequente transporte das medidas para um desenho técnico em suporte digital.

### **3.1.10 Contacto com clientes**

Ao longo do estágio tive como lugar de trabalho a zona de entrada do estúdio, esta posição tornava-me como o primeiro rosto de contacto humano no estúdio. É por isso natural que, sempre que clientes se dirigiam ao atelier, fosse eu quem os acolhia no espaço e os acompanhava à presença de um dos responsáveis do estúdio, consoante a situação.

Algumas vezes fui também responsável pela abertura do atelier e atendimento de telefonemas – situação que ocorria sempre que o Pedro e a Rita se encontravam em viagem por motivos de trabalho. Incumbiam-me aí da transmissão das informações de e para os clientes.

### **3.1.11 Conclusões**

Considerando a abrangência das tarefas realizadas ao longo do estágio, sou da opinião que as mesmas se revelaram essenciais para o Estúdio Pedrita tanto como para o meu crescimento profissional e pessoal. Apesar de muitas das tarefas não se constituírem como novidade, uma vez que já as tinha realizado em contexto académico, elas assumiram neste contexto profissional uma oportunidade para a plena interiorização da sua importância e contributo nos projetos.

Sendo, até à data da realização do estágio o primeiro aluno da Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco, a estagiar no Estúdio Pedrita, consegui compreender a mais valia de um ensino que me marcou pela sua vertente prática com ênfase nas tarefas de oficinas. A vantagem de uma aprendizagem intensamente prática e oficial contribuiu em muito para a permanência em estúdio, visto que a maioria das

horas de trabalho foram passadas em oficina, desenvolvendo tarefas e ficando responsável pela organização do espaço.

A aprendizagem maior focasse nos métodos e na abertura que é dada nos projetos, nas discussões de ideias e levantamentos de informações, sendo levado a pensar “fora da caixa”, o que foi essencial para quebrar alguma formatação pessoal preexistente, e que me levou a pensar que existem inúmeros caminhos e processos para a criação e desenvolvimento de um projeto. Não ter medo de pensar e de arriscar, e acima de tudo saber que são os erros que permitem levar ao rumo certo.

A permanência física em contexto de atelier permitiu conhecer e receber artistas, arquitetos, designer e, acima de tudo, entender o perfil de um cliente.

Por norma são as tarefas de projeto realizadas no atelier que mais se valorizam e descrevem no contexto do relatório de estágio. No entanto estou consciente que, também ao nível das *soft-skills* (saber escutar e observar, estar atento as reuniões realizadas, mesmo que apenas enquanto “actor secundário”), se tornaram num elemento para o meu crescimento e acima de tudo para o entendimento do funcionamento do atelier. Perceber que cada projeto tem características distintas, e estas também se notam nas reuniões e nos acolhimentos feitos.

### 3.2. *Underdogs*/Exposição Hong Kong

Neste subcapítulo são apresentados os projetos que contaram com a minha maior participação. Neles descrevo várias das tarefas anteriormente elencadas a par de outras mais específicas de cada projeto e que, por isso, não mereceram anterior detalhe. Um dos projetos em que me envolveram, na realidade o primeiro projeto para que trabalhei no Estúdio Pedrita, consistiu em preparar os desenhos técnicos do pavilhão onde era pretendido instalar a exposição do artista Vhils<sup>3</sup> em Hong Kong.

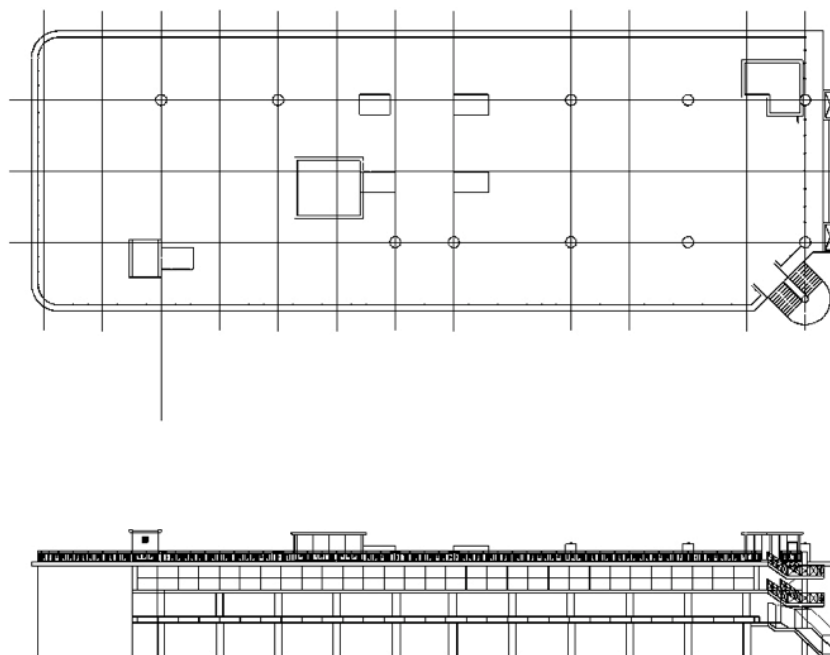
O projeto do pavilhão para a instalação Vhils era para um concurso, de maneira a conseguir a permanência no espaço. Este seria outro grande desafio com assinatura e colaboração Pedrita em conjunto com o artista Alexandre Farto. Sendo este um dos mais prestigiados artistas plásticos portugueses com reconhecimento e distinção internacional. O espaço onde se pretendia instalar a exposição é dos mais requisitados na cidade, de maneira que se tornou necessário concorrer para a sua aquisição do espaço.

Uma vez que este foi o meu primeiro projeto a relizar no atelier foi necessária uma adaptação rápida ao programa Rhinoceros para conseguir projetar os desenhos. Apenas foram dadas as medidas totais, comprimento e largura, sendo que foi necessário fazer pesquisa no Google maps de forma a conseguir a vista aérea do espaço.

---

<sup>3</sup> Alexandre Manuel Dias Farto, conhecido pelo nome artístico de *Vhils*, é um pintor e grafitter português, conhecido pelos rostos esculpidos em paredes.

Foram também fornecidas imagens do espaço, para conseguir detalhar alguns pormenores. Com base nestas informações criei a planta e um dos alçados do pavilhão (Figura 13).



**Figura 13.** Planta e alçado principal para a exposição Vhils, Hong-Kong.

Fonte de autor.

O pavilhão da exposição tinha três andares, mas só o telhado se considerou importante para a intervenção, neste seria criada uma nova estrutura coberta, que iria receber algumas das peças, e outras ficariam ao ar livre, sendo possível a sua visualização da cidade. A minha tarefa no contexto deste projeto foi apenas a de preparar o desenho técnico. No entanto acompanhei o processo de preparação da entrega do projeto a concurso, que foi ganho, fazendo com que os Pedrita tivessem que se deslocar até Hong Kong, para assim poderem desenvolver *in-loco* o projeto criado.

Destaco este trabalho pela intervenção que tive mal cheguei ao estúdio. Foi-me dada uma tarefa no qual tive que cumprir, sendo que esta foi fundamental para o conhecimento do programa, o que permitiu um maior à-vontade nos trabalhos vindouros.



**Figura 14.** Aspeto exterior do pavilhão da exposição Vhils, Hong Kong.

Imagem retirada em outubro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/vhils-debris>

### 3.3. Painéis de Azulejos

#### 3.3.1. Grão

Um dos trabalhos mais realizados no Estúdio Pedrita são painéis de azulejos. Estes começaram a ser desenvolvidos em 2007, e tiveram a sua primeira presença no Museu Nacional do Azulejo de Lisboa (ver Figura 15).



**Figura 15.** Primeiro painel Grão. Exposto em 2007 no Museu do Azulejo em Lisboa, como parte das comemorações do 100º aniversário do seu fundador, o Engenheiro Santos Simões.

Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>

Intitulados como Grão<sup>4</sup>, os painéis de azulejos funcionam como um sistema de reprodução visual, que tem como objetivo dar uma nova roupagem aos azulejos industriais descontinuados e de fim de linha. Ao mesmo tempo, os painéis afirmaram-se como uma opção inovadora para a reabilitação do património urbano construído, para além de serem também um reaproveitamento de azulejos industriais descontinuados.

Os painéis são constituídos por centenas ou milhares de azulejos, os “grãos” que compõem uma imagem de presença marcante, com a pretensão de fazer desta parte da paisagem urbana ou como elemento de revestimento de um espaço interior.

---

<sup>4</sup> Inicialmente os painéis intitulavam-se como “Grão”, mas posteriormente os responsáveis do estúdio passaram a referir-se a estes pelos nomes diferenciados de cada projecto.

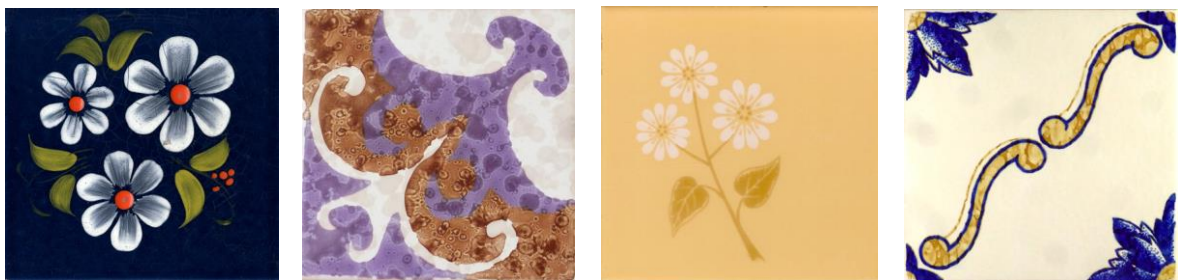
O desenvolvimento destes painéis só foi possível devido a existência de matéria prima – azulejos antigos -, neste caso em concreto o azulejo semi-industrial português, recolhido e conservado por Joaquim José Cortiço, avô de Pedro Ferreira.

Joaquim José Cortiço (n. 1931 - f. 2013) criou a empresa Cortiço & Netos que comprava e vendia linhas descontinuas de azulejos industriais portugueses. Ainda hoje se mantém a empresa, propriedade dos seus netos. O expolido de azulejos acumulado pelo fundador é de tão grande dimensão, que permitiu a abertura de uma loja fixa em Lisboa (Figura 16) para a venda destes exemplares. Loja que o atelier se associa, e que lhe permite usufruir de matéria-prima para os seus projetos azulejares.



**Figura 16.** Loja Cortiço & Netos. Situada na Calçada de Santo André em Lisboa.

Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://www.corticoenetos.com/>



**Figura 17.** 4 exemplares de azulejos disponíveis na loja Cortiço & Netos.

Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://www.corticoenetos.com/>

### 3.3.2. Organização e disposição de azulejos

Os azulejos usados pelo atelier são provenientes de um conjunto de armazéns situados na Gavinha, uma vez que foi nesse local que ao longo dos anos foram sendo guardados. A quantidade existente é tanta que muitos deles se encontram em espaço



exterior. Estes chegam ao estúdio Pedrita em caixas de cartão, sendo todos eles em formato aproximado de 15x15.

Em virtude das condições de armazenagem dos azulejos, longe dos ideais os azulejos chegam ao Estúdio Pedrita muito sujos, necessitando de uma operação prévia de limpeza e organização – tarefa esta que me foi atribuída, sempre que necessário. Este processo é fundamental, pois estes são aplicados em novas superfícies com recurso a cola, e necessitam de boa aderência.

No atelier, a zona da oficina era o lugar de armazenamento dos azulejos e onde se processava a sua limpeza inicial. Para tal eram utilizados os seguintes produtos: limpa vidros, acetona, esfregonas, papel absorvente e jornais.

Depois de limpos era essencial organizar os azulejos, separando-os por cores e padrões (Figura 18). Só então eram acondicionados em prateleiras e/ou caixas, seguindo um padrão de tonalidades. Esta etapa era de fundamental importância uma vez que facilitava em grande medida a posterior localização das peças ideais para a construção dos painéis.



**Figura18.** Organização e disposição de azulejos.

Fonte de autor.

Todos os azulejos tinham as dimensões de cerca 15x15 cm. No entanto, os painéis Grão, foram concebidos com outras dimensões. Existiam quatro formatos de peças padrão: tipo **A**, com 15x15cm (Figura 19); tipo **B**, com 15x7.5cm (Figura20); tipo **C**, com 7.5x7.5 (Figura 21); e ainda um tipo **D**, em forma de triângulo isósceles com 15x15cm (Figura 22).





**Figura 19.** Pannel executado com partes de azulejos de tipo A.

Imagem retiradas em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>



**Figura 20.** Pannel executado com partes de azulejos do tipo B.

Imagem retiradas em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>



**Figura 21:** *Best guess for this Image.* Painel executado com azulejos do tipo C.

Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>



**Figura 22.** Pavilhão. Painel executado com azulejos do tipo D.

Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>

Aquando da minha presença no atelier ainda acrescentei um novo tipo de azulejos que vou chamar de tipo **E** triângulos 7.5x7.5cm (Figuras 23 e 24). Surgem num aproveitamento quase total da matéria, permitindo criar formas futuras. Ao longo da



minha presença nunca foram utilizados em nenhum painel, no entanto foram todos eles organizados, criando assim uma nova família de azulejos nas oficinas do estúdio.

A readaptação dos azulejos originais a novas dimensões e geometrias pode ser justificada por dois motivos principais. O primeiro é que, em virtude de muitos azulejos chegarem partidos (devido a sua idade, modo de armazenamento e transporte), consegue-se aproveitar melhor a matéria-prima disponível criando dimensões mais reduzidas. O segundo motivo tem a ver com o facto de cada painel ter um destino diverso, e trabalhar com várias dimensões permite criar novas formas e diferentes padrões.

O corte é feito em oficinas, tarefa onde tive um importante papel, foram milhares os azulejos que passaram por este processo com recurso a máquina de corte manual de ponta de diamante.

No decorrer do estágio tive a oportunidade de visitar a Gavinha, onde se encontram os armazéns que guardam todos os azulejos existentes. Tal foi possível pois a Cortiço & Netos necessitou de ajuda para a limpeza e embalagem, sendo que uma enorme encomenda com destino a Espanha tinha sido feita. Apesar desta não ter sido uma tarefa típica do decurso do estágio no atelier, foi fundamental para perceber o espólio gigantesco que Joaquim Cortiço criou. O processo de limpeza a que pude lá assistir foi em todo semelhante ao desenvolvido no estúdio. Depois de limpos os azulejos eram embalados em caixas de cartão, que eram então seladas com fita adesiva. Ao final da tarde todas as caixas eram transportadas para o atelier, para serem depois enviados ao destino.



**Figuras 23 e 24:** Azulejos triangulares do tipo E mostrando corte (direita) e organização (esquerda).

Fonte de autor.

### 3.3.3. Execução dos painéis

A execução de um painel no atelier era uma atividade envolvente, que paralisava todas as restantes tarefas em curso no estúdio. O processo de execução de cada painel era dependente da sua dimensão final e das peças constituintes, mas, em média, estendia-se por um período de 5 a 6 dias.

A escolha da imagem a representar no painel era uma tarefa primordial e antecipada, decidida entre o cliente e o atelier. Só então a imagem era carregada num *software* que associava a cor de uma área específica da imagem com a base de dados onde foram inseridas imagens de todos os azulejos existentes no atelier. Desta forma o software transforma a imagem original, criando outra composta pelos “pixéis” dos azulejos/cores existentes. E é esta imagem gerada pelo software que constituía o guia para toda a execução posterior, manual, do painel. (ver exemplo na Figura 25)



**Figura 25:** Imagem guia.

Imagem retiradas em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>

A base onde serão colados os azulejos e a moldura com o dimensionamento final é então encomendada e prossegue-se com a construção do painel, seguindo os passos que a seguir se elencam:

1. Preparação do espaço de trabalho, com área livre e de boa circulação (por norma as oficinas);
2. Criação de uma estrutura que sirva de base para o painel, com recurso a placas de MDF e a cavaletes;
3. Instalação de uma câmara GoPro no ponto mais alto de espaço (que iria permitindo monitorizar todo o processo de um ponto de vista zenital);
4. Aplicação da base do painel sobre a estrutura de madeira (que vinha sempre cortada com as dimensões finais, sendo por norma em contraplacado, MDF ou *valchromat*);
5. Marcação da base segundo a trama desenvolvida, com recurso a giz de linha;
6. Com marcador são feitos os traços respeitando o tamanho do azulejo e junta;
7. Marcação das colunas e linhas de forma numérica e alfabética (Figura 26);
8. Posicionamento dos azulejos sobre o painel, respeitando a imagem (por norma eram aplicados do centro para as laterais);
9. Depois de todos os azulejos aplicados, era feita a confirmação através da GoPro;
10. Virar todos os azulejos ao contrário;
11. Aplicação de cola com recurso a pistolas “de silicone” sobre a base do azulejo;
12. Voltar a virar os azulejos um por um colando-os sobre a base;
13. Limpeza final dos azulejos com recurso a limpa vidros e papel absorvente.



**Figura 26:** Organização das oficinas a quando da criação dos painéis.

Imagem retiradas em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>





**Figura 27:** Caixa com azulejos separados cromaticamente.

Imagem retiradas em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>



**Figura 28 e 29:** Marcação por colunas de números e letras, processo de viragem dos azulejos antes da colagem.

Imagens retiradas em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>

Estes são os passos que pude observar para a execução de um painel na minha participação no atelier, de todos eles fiz parte. É importante referir que estes não são regra para todos os casos. Existem alterações consoante as necessidades de cada projeto.

O dimensionamento é sempre um aspeto em consideração, muitas vezes os painéis têm que ser divididos, de forma a conseguirem sair do atelier, sendo depois montados no lugar aonde se destinam.

Em alguns projetos devido a sua grandiosidade a montagem e colagem de azulejos não pôde ser feita no estúdio, sendo necessário recorrer a espaços de maior área para a sua confeção. Nessas alturas era necessário transportar a matéria prima devidamente embalada para o lugar. Mais à frente no subcapítulo 3.4.3 será apresentado um exemplo onde se irá observar a colagem de azulejos fora das oficinas do atelier

#### 3.3.4. Leonor

O painel Leonor (ver Figura 30), foi o primeiro a ser executado ao longo da minha presença, neste participei desde a recolha da imagem, até ao embalamento final e transporte da peça. Criado para o espaço interior do café Capristanos nas Caldas da Rainha, este tinha como objetivo retratar uma das figuras mais emblemáticas da cidade, a Rainha D. Leonor. Tornando-se num cartão de visita a quem chega as Caldas, dada a proximidade do espaço com a terminal rodoviário

O espaço anteriormente sofreu intervenção por parte do atelier, sendo este o ultimo elemento a ser acrescentado ao projeto.



**Figura 30:** Leonor. Painel presente no café Capristanos nas Caldas da Rainha.

Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/>

A organização e arrumação de azulejos e execução de painéis foram dos trabalhos mais presentes pelo estagiário em *atelier* foram inúmeros os dias em que foi necessário prestar esta tarefa. Sendo uma constante as encomendas, e dos trabalhos mais produzidos no estúdio. Apesar de aparentar ser uma responsabilidade de grande simplicidade, esta era fundamental para o funcionamento das oficinas, e por vezes chegaram a ser milhares os azulejos cuja a organização e limpeza esteve a cargo do aluno. Num trabalho sistemático e por vezes monótono, mas que era perdida a quando das montagens dos painéis, poder assistir e participar de todos o processo de transformação dos fragmentos de azulejos em imagens foi sempre entusiasmante, e com sentimento de dever cumprido.

### 3.4. Pavilhão

#### 3.4.1. Criar Lisboa

O projeto seguidamente descrito foi desenvolvido entre janeiro e junho de 2016. E foi um dos projetos do estúdio que acompanhei na totalidade das suas etapas de desenvolvimento, desde a participação no concurso à sua implantação no local.

O projeto “Criar Lisboa” foi alvo de um concurso por parte da EGEAC<sup>5</sup> e que tinha como objetivo “...incentivar criadores a desenvolver projetos de várias disciplinas artísticas para o espaço público da cidade, reivindicando estes espaços como meio de expressão e interação com os cidadãos”<sup>6</sup> Para essa intervenção artística foram escolhidos três Miradouros: o do Monte Agudo; o do Largo das Necessidades; e o de Santo Amaro. A ideia era “dar vida aos miradouros”, levando o público até estes espaços, ao mesmo tempo que se procurava enfatizar a Ponte 25 de Abril que comemorava na altura o seu quinquagésimo aniversário.

Os projetos a concurso tinham que ser entregues até ao dia 21 de janeiro de 2016, havendo depois uma seleção dos mesmo por parte do júri nomeado pela EGEAC. Os três projetos selecionados, teriam cada um orçamento de 12.500 euros, e teriam que ser apresentados ao público no decorrer do mês de junho, por ocasião das festas de Lisboa.

O atelier demonstrou interesse imediato na participação no concurso da EGEAC, reunindo a equipa para delinear a estratégia do projeto e atribuir tarefas. Na qualidade de estagiário fiquei encarregue de visitar os três miradouros citados anteriormente com o intuito de a foto-documentar e de recolher os dados históricos mais relevantes

---

<sup>5</sup> Empresa Municipal que desenvolve a promoção, preservação e dinamização da cultura em Lisboa.

<sup>6</sup> In: <http://www.egeac.pt/criar-lisboa-open-call-projetos-artisticos-festas-de-lisboa/>



de cada um deles. Estes dados seriam depois apresentados à equipa do atelier em reunião de trabalho.

### **Miradouro de Santo Amaro**

O primeiro Miradouro a ser visitado foi o de Santo Amaro, localizado no topo da Capela de Santo Amaro, no início da Rua Gil Vicente, na freguesia de Alcântara. O local é marcado pela Capela de planta centralizada datada de 1549 (ver Figura 31), um monumento que é considerado um dos tesouros de Lisboa. Entre outras particularidades destaca-se o facto de as suas paredes internas serem revestidas por azulejos seiscentistas. A vista privilegiada sobre a Ponte 25 de Abril, Cristo Rei, Margem Sul, e as edificações de Alcântara conferem ao Miradouro uma enorme singularidade (Figura 29).



**Figura 31:** Capela de Santo Amaro

Fonte de autor.



**Figura 32:** Vista do Miradouro. Pode ser observado a Ponte 25 de Abril, bem como a Margem Sul.

Fonte de autor.

### Miradouro do Largo das Necessidades

O Miradouro do Largo das Necessidades (Figura 33), situado no Jardim Olavo Bilac, ou Jardim das Necessidades, com vista para Alcântara, a Ponte 25 de Abril, e o Cristo Rei, na Margem Sul. Trata-se de um miradouro que foi mandado erigir pelo Rei Dom João V, no ano de 1747.



**Figura 33:** Palácio das Necessidades

Fonte de autor.

A toponímia do Jardim (Olavo Bilac), revela uma homenagem feita a um dos poetas brasileiros mais populares, membro fundador da Academia das Letras Brasileira.

Para além da vista, o Miradouro ganha vida pela envolvimento arquitetónica, e pelo chafariz central, um bonito exemplar Barroco, de onde a água corre da boca de 4 carrancas (Figura 34), que se dispõem em torno de um obelisco. A vegetação envolvente é também de destacar, com árvores de bom porte que proporcionam um agradável ensombramento nos bancos lá dispostos.



**Figura 34:** Carranca do chafariz. Na figura podemos observar a vista para a Ponte 25 de Abril, e sobre Alcântara.

Fonte de autor.

## **Miradouro do Monte Agudo**

O último Miradouro a ser visitado foi o do Monte Agudo, localizado na freguesia do Anjos, na Rua Heliodoro Salgado, com acesso também pela Rua da Ilha do Príncipe. Sendo muito próximo ao Bairro da Mouraria, é conhecido pela magnífica vista sobre a cidade, e pela orientação que possibilita observar o pôr do sol. Neste monte fica situado o parque florestal onde, em tempos, pastavam rebanhos de ovelhas.

Concluídas as visitas aos Miradouros, tendo sido feita uma recolha e seleção de imagens significativas assim como das principais informações históricas, procedeu-se à organização dessa informação para apresentação aos responsáveis do Estúdio Pedrita. Nesta fase foram apresentados por mim os argumentos sobre o local mais favorável para a intervenção. Demonstrei maior interesse pelo Miradouro de Santo Amaro, em parte encantado pela sua envolvimento espacial e características históricas, mas, também, pela impressão de este ser um recanto “perdido” de Lisboa que o podia tornar um pequeno tesouro na cidade.

Sendo a Capela particularizada pelos azulejos seiscentistas do seu interior, referi que se podia equacionar a criação de um painel azulejar de grandes dimensões. Santo Amaro é conhecido como o Santo das doenças dos braços e pernas pelo que, com base nessa ideia, apresentei a temática de um tríptico de azulejos, com referências pictóricas a partes do corpo humano: cabeça, tronco e membros. O entusiasmo com que descrevi e caracterizei o Miradouro despertou o interesse dos Pedrita, que decidiram visitar o local nesse mesmo dia. Feita a visita a opinião foi unânime, oficializando-se no estúdio o Miradouro de Santo Amaro como o espaço escolhido para a proposta de intervenção.

No decurso da visita ao Miradouro de Santo Amaro, a Rita ficou muito sugestionada pela sonoridade do espaço. Nomeadamente pelo som oriundo da circulação viária na Ponte 25 de Abril, da passagem do comboio, dos pássaros que cantavam nas árvores, e do ensaio da Orquestra Metropolitana na sua sede. Desta perceção surgiu a ideia de ser o som da cidade a ideia que daria o mote para o projeto a propor à EGEAC: criar uma enorme parábola metálica revestida de azulejos, que fosse amplificadora do som da cidade, como se de um espelho acústico se tratasse. Para que tal ideia se tornasse real, e usando um enorme trunfo para ganhar o concurso, o atelier juntou à equipa o artista plástico e violoncelista Ricardo Jacinto cujos trabalhos se focam precisamente na relação som-espaço. Este aceitou prontamente o convite, pelo interesse do desafio em si, e também por ser um amigo e colaborador ocasional do Estúdio Pedrita.

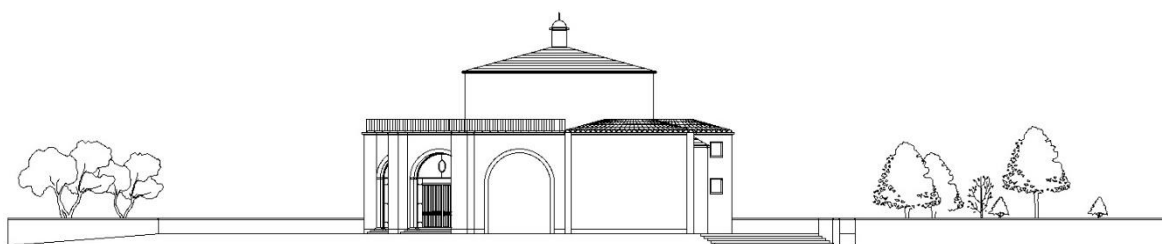
Na sequência do projeto em curso fui incumbido de voltar ao Miradouro de Santo Amaro para fazer todo o levantamento dimensional, com o recurso a fita métrica e a laser. Neste dia aproveitei para registar em fotografia detalhes do espaço que me tinham escapado na visita anterior, de forma a que estas imagens pudessem auxiliar (ou pelo menos esclarecer) algumas dúvidas que pudessem surgir na criação do desenho técnico, regressado ao atelier. Os desenhos técnicos foram necessários para ilustrar o espaço no documento de apresentação (ver Figuras 35 e 36), assumindo

características de cariz figurativo e servindo também para dimensionar o objeto artístico no espaço.



**Figura 35: Alçado principal.**

Fonte de autor.



**Figura 36: Alçado lateral.**

Fonte de autor.

O projeto foi entregue com o nome Pavilhão, dado ao seu formato parabólico e a sua envolvimento com o público, e apresentou-se a concurso com a seguinte sinopse:

*“Do Miradouro de Santo Amaro temos um ponto de vista privilegiado sobre o vale de Alcântara e o rio Tejo fortemente marcado pela presença da ponte 25 de Abril. Embora a paisagem geográfica e arquitetónica seja surpreendente, este miradouro apresenta-se como um local privilegiado para escutar aquele que é um dos marcos sonoros mais impressionantes da cidade de Lisboa: o trânsito automóvel e ferroviário a circular no tabuleiro suspenso da ponte. Instalado no adro da Ermida, um painel de azulejos parabólico funciona como um espelho acústico, determinando um ponto focal no miradouro a partir do qual o visitante pode escutar atentamente a paisagem sonora selecionada. Esta superfície, construída a partir de fragmentos de centenas de azulejos industriais portugueses, foi baseada numa imagem espectrográfica dessa textura sonora.”<sup>7</sup>*



Figura 37: Apresentação do Pavilhão 1.

Arquivo do atelier.

<sup>7</sup> in: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>



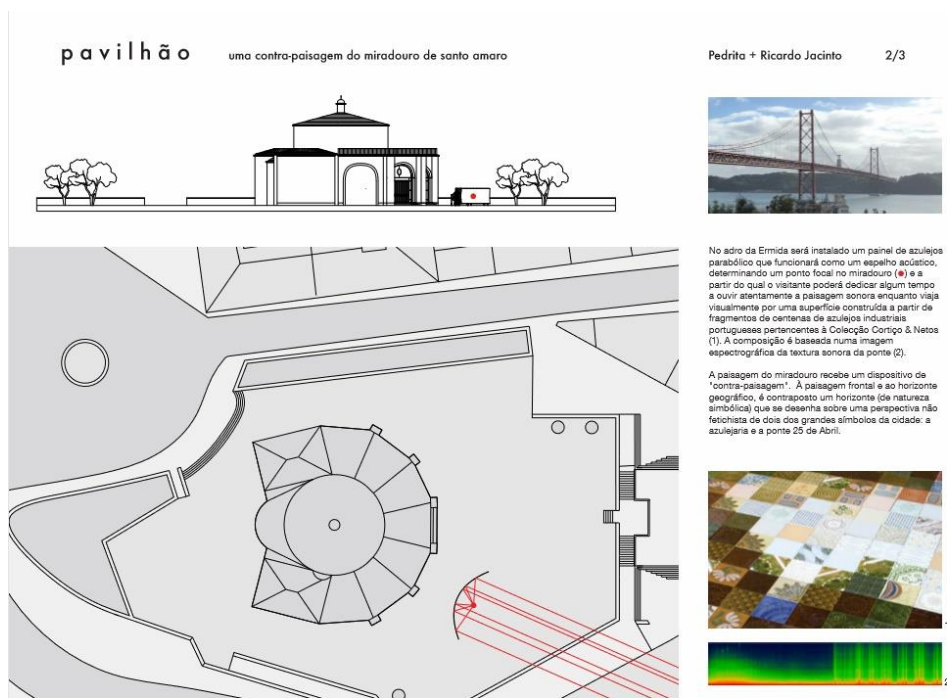


Figura 38: Apresentação do Pavilhão 2.

Arquivo do atelier.

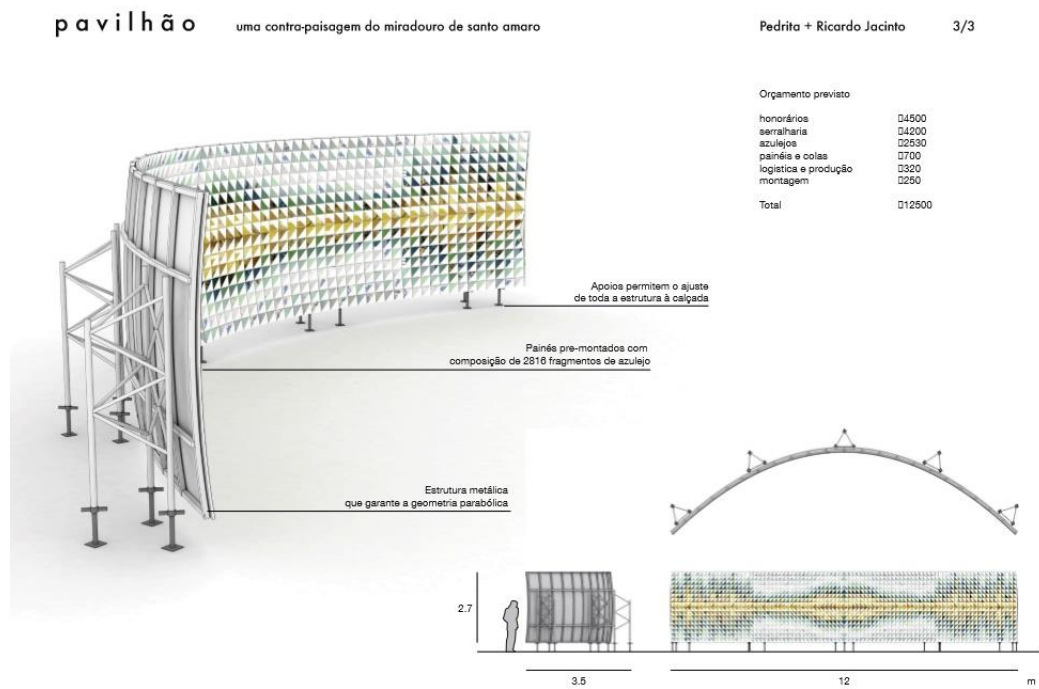


Figura 39: Apresentação do Pavilhão 3.

Arquivo do atelier.

### 3.4.2. Projetar o Pavilhão

Depois de ganhar o concurso e sendo os Pedrita responsáveis (junto com Ricardo Jacinto) por uma das três intervenções artísticas a decorrer em Lisboa no mês de junho, foi chegado o momento de desenvolver todos os planos para tornar real o Pavilhão. Os prazos de montagem teriam que ser cumpridos à risca, não existindo margem para atrasos, respeitando todas as ordens impostas pela EGEAC.

Uma vez que se tratava de um trabalho com características acústicas e por forma a evitar falhas na sua projeção acústica, convidou-se o engenheiro Rui Urbano para integrar a equipa. Ele foi o elemento responsável pelos estudos realizados no miradouro de forma a encontrar o melhor lugar para posicionar a intervenção artística. Era necessário descobrir o ponto focal acústico (o local onde existia a maior intensidade sonora) para, a partir dele, o painel parabólico se projetar. Uma antena parabólica foi utilizada de maneira a conseguir captar melhor as vibrações, a esta juntou-se microfones e equipamentos fornecidos pelo Engenheiro. Estes testes também foram responsáveis pela imagem espectrográfica da textura sonora, que mais tarde viria a ser utilizada como imagem principal em azul



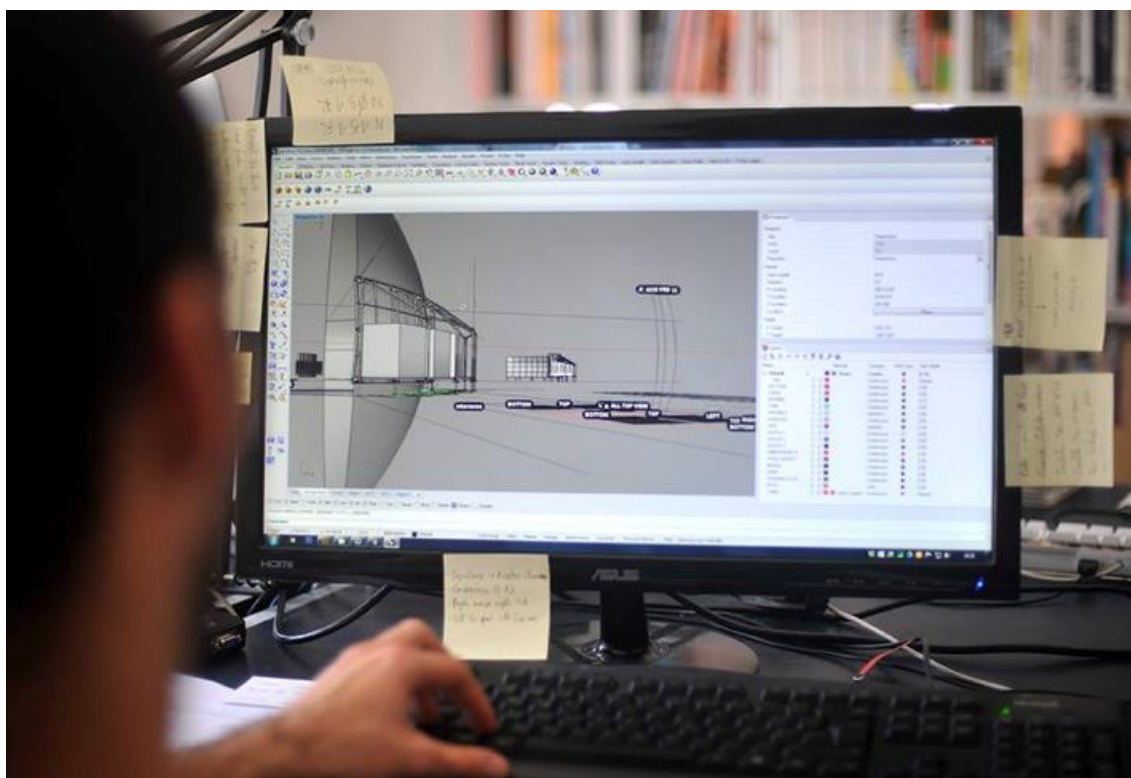
**Figura 40:** Captação do ponto focal.

Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>

Para que a experiência sonora tivesse o efeito pretendido foi necessário projetar um painel de azulejos parabólico de grandes dimensões. Uma peça que ficaria exposta de 1 a 14 de junho no exterior, sujeita, portanto, às condições climáticas, e que teria de ser resistente o suficiente para suportar os milhares de azulejos para ela previstos. De forma a colmatar problemas estruturais, o material escolhido para suportar os

azulejos numa disposição parabólica foi metal tubular, com uma base para os azulejos em chapa também metálica.

A pessoa responsável no atelier pelo desenho da estrutura de suporte e sua modelação tridimensional (Figura 41) foi o Pedro Ferreira. Este projeto foi a primeira vez que o atelier equacionou a colocação de azulejos sobre chapa metálica. De forma a contrabalançar o peso da estrutura metálica e dos azulejos a estrutura foi projetada para conter depósitos de água coma função de servirem de lastro ao conjunto. Tudo foi pensado de forma modular, permitindo assim montar e desmontar no final do tempo de exposição, não inviabilizando a eventualidade da instalação ser exposta futuramente noutro local.



**Figura 41:** Projeção 3D do Pavilhão. Na figura observa-se o Pedro a projetar a estrutura metálica fazendo uso do programa Rhinoceros.

Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>

Para a supervisão de execução e instalação de toda a estrutura a equipa ainda contou com a colaboração do engenheiro Tiago Pereira, responsável pelos projetos da serralharia Ribeiro e Espadinha Lda., onde foram executadas todas as peças metálicas. As peças foram projetadas para serem cortadas a laser, sabendo que a estrutura era composta pelas peças de ligação e pelos painéis, esses estruturados por um “esqueleto” metálico onde foi soldada a chapa metálica.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Mais à frente no subcapítulo Colagem dos Azulejos serão apresentadas imagens ilustrativas dos painéis.



Sendo uma peça composta por vários painéis, todos os elementos constituintes foram devidamente marcados a laser para facilitar a sua montagem. A marcação foi fundamental para a montagem dado que os painéis eram individuais. No entanto para que no final a parábola ficasse com uma curvatura perfeita não podiam existir quaisquer erros na sua montagem, pelo que uma marcação inequívoca foi a forma encontrada para evitar percalços. As peças de ligação (Figura 42) não precisaram de ser marcadas pois eram de poucos tipos e distintas em função das partes específicas que uniam. E, para mais, foram feitas em quantidades superiores às necessárias. Foi nestes elementos de ligação que foram feitas as perfurações onde depois eram colocados as porcas e os parafusos que ligaram e sustentavam todo o painel.



**Figura 42:** Ligações metálicas.

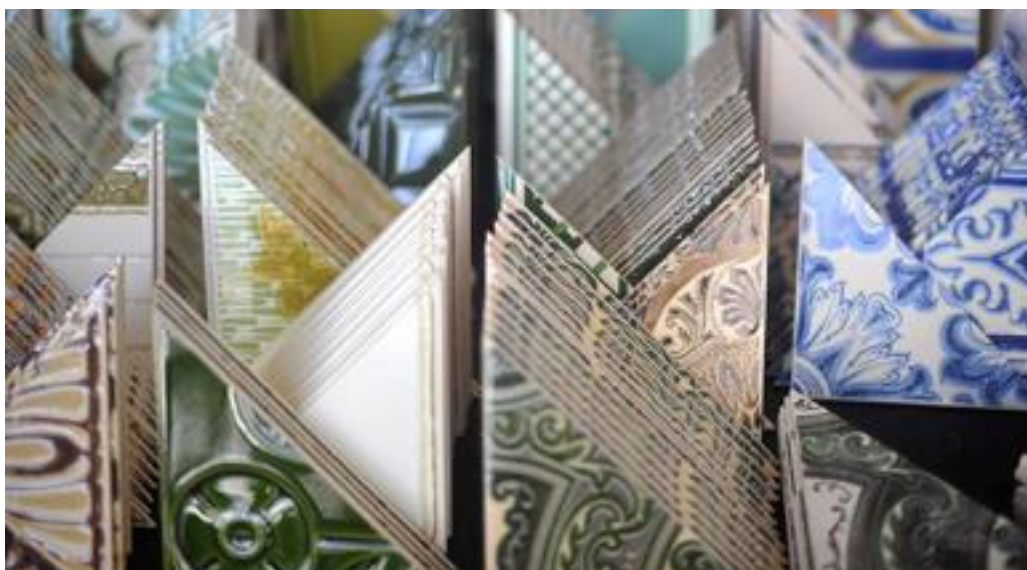
Imagem retirada em novembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>

### 3.4.3. Colagem dos Azulejos

O processo de colagem dos azulejos foi diferente do que até então se fazia no *atelier*. Em primeiro lugar o *atelier* não utilizou somente azulejos oriundos da empresa Cortiço & Netos. Para este projeto grande parte da matéria prima foi fornecida pela marca Primus Vitoria. Foram eles também os responsáveis pelo corte de todos os azulejos em formato triangular com ambos os catetos de 15 cm (Figura 43). Em segundo lugar, devido às dimensões e ao peso das bases metálicas, todos os azulejos foram transportados de forma a serem colados na serralharia Ribeiro e Espadinha, Lda. Ou seja, ao contrário do habitual, em que o plano de organização dos azulejos (Figura 44),

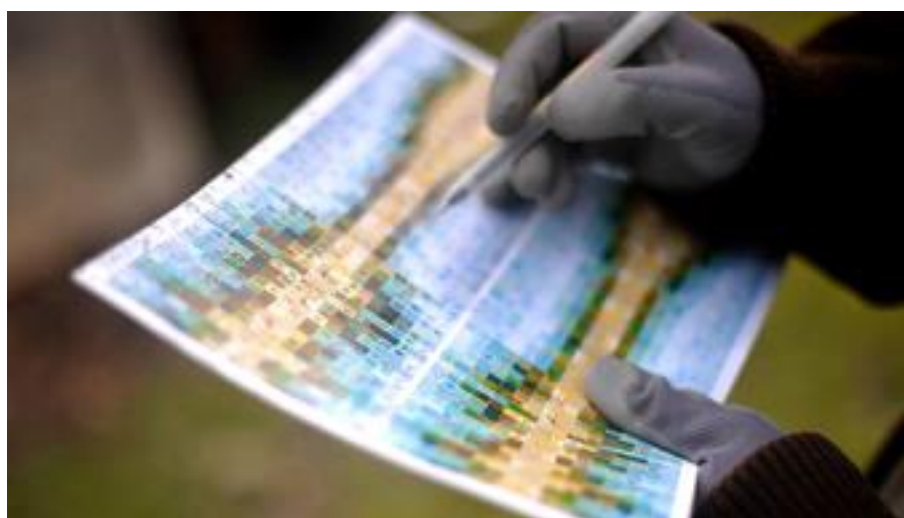
o corte dos azulejos e a colagem dos mesmos era toda feita em atelier, neste projeto só a primeira parte foi feita no atelier.

Seguindo o esquema predefinido cada azulejo cortado foi colocado sobre uma base de madeira de maneira a conseguir testar a imagem final. Esta base de madeira tinha metade da largura total do painel, sendo necessário montar cada uma à vez, para a verificação da totalidade do painel. Um trabalho de imagem controlado por uma câmara *GoPro* colocada de forma zenital.



**Figura 43:** Azulejos Primus Vitoria depois de recortados em formato triangular.

Imagem retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>



**Figura 44:** Esquema para a montagem dos azulejos.

Imagem retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>

Os primeiros azulejos colocados sobre a base de madeira (Figura 45) foram os de cor branca, uma vez que estes definiam toda a trama do painel. A distância entre estes acabava por definir a espessura da junta entre os azulejos. Depois de todos dispostos na base, eram colocados os de cores e padrões, seguindo a organização prevista na imagem-guia predefinida.



**Figura 45:** Disposição dos azulejos brancos sobre a base.

Imagem retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>

Depois de confirmada a imagem pela *GoPro* os azulejos foram assinalados por filas e devidamente arrumados pela sua ordem em caixotes (Figura 46). Este processo facilitaria a colagem na serralharia, pois todo o trabalho de organização e disposição foi feito em *atelier*.



**Figura 46:** Início do embalamento dos azulejos.

Imagem retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>



Na serralharia os painéis metálicos encontravam-se todos preparados para a colagem dos azulejos. Depois da descarga das caixas de azulejos, estes começaram a ser unidos consoante o esquema definido. Foram os painéis centrais os primeiros a serem unidos após o que foram colocados sobre cavaletes de madeira, de forma a proceder à disposição dos azulejos. Depois de alguns azulejos colocados, começou a denotar-se grande oscilação por parte da chapa, o que criava uma indesejada ondulação, sendo que esta ocorrência não tinha sido prevista. Esta ondulação complicava o trabalho de colagem sendo que foi necessário encontrar uma solução. De forma improvisada um dos funcionários sugeriu martelar na chapa para que a textura assim criada minimizasse a ondulação, à semelhança do obtido com uma chapa quinada. Esta proposta de solução mereceu a aprovação do Pedro Ferreira e, portanto, os azulejos já postos foram retirados, e os painéis voltaram para o chão para se martelar a chapa de suporte. É certo que a solução avançada resultou, no entanto, para evitar que se visse a irregularidade da chapa nas costas do painel (e evitar a corrosão do metal), as mossas foram disfarçadas com spray metalizado mate. Os azulejos voltaram então a ser colocados sobre o painel, para assim proceder à sua colagem. Antes de aplicar a cola nos azulejos era necessário volta-los todos ao contrário, para poder aplicar a cola com recurso a pistolas de silicone (Figura 47). A cola de união escolhida era de cor preta, preferida no atelier Pedrita para estes trabalhos, visto que muitas vezes as bases são feitas em Valchromat de cor preta. A quantidade de cola aplicada tinha de ser controlada com algum rigor pois quando o azulejo era virado para fixar, se existisse cola a mais, esta saía pelas extremidades e seria visível nas ranhuras. Como isto ocorreu mais vezes do que o expectável a cola preta foi substituída por outra de cor cinzenta. Resolvidos estes problemas, os trabalhos seguiram com tranquilidade, e os azulejos foram aplicados em todos os painéis.

**Figura 47:** Colagem dos azulejos.



Imagem retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>

#### 3.4.4. Dia da Montagem

O dia começou às 8h00, no Miradouro de Santo Amaro, com a presença dos responsáveis pelo Pavilhão, bem como dos membros da EGEAC. Para a montagem dos painéis os funcionários da Ribeiro e Espadinha Lda. foram uma ajuda imprescindível, sendo que estes se mantiveram disponíveis ao longo de todo o dia. No decurso da montagem existiram sempre dois polícias no local que se encarregaram de controlar o trânsito e ordenar o processo de cargas e descargas. A EGEAC, por seu lado, assegurou a segurança da peça ao longo de todos os dias em que esta esteve exposta no Miradouro, garantindo a alocação de seguranças em permanência no local.

Seguidamente serão apresentados todos os passos da montagem da estrutura e dos painéis metálicos.

1. Chegada das carrinhas da Ribeiro e Espadinha Lda. com os painéis já com os azulejos colados, e a estrutura tubular desmontada (Figura 48);
2. Descarga dos painéis e da estrutura;
3. Separação das peças metálicas, para facilitar a sua montagem (porcas, parafusos, tubos e peças de ligação, separados por grupos);
4. Encontrar o centro de montagem da peça (a marcação já estava assinalada no piso, no entanto voltou a ser confirmada);
5. Montagem da estrutura tubular, dispondo todos pés metálicos, autoajustáveis, sendo que sobre eles iriam ser montadas as restantes peças (Figura 49);
6. Descarga dos depósitos de água dispondo-os pelo Miradouro;
7. Nivelamento, e alinhamento da estrutura tubular à medida que esta era montada (sendo que os pés metálicos autoajustáveis assumiram um papel fundamental);
8. Fixação dos painéis centrais de azulejos que já vinham fixados dois a dois, facilitando o processo de montagem (Figura 50, Figura 51, Figura 52);
9. Colocação do primeiro depósito de água, para lastro, sobre a estrutura tubular e enchimento do mesmo pelos bombeiros;
10. Fixação dos restantes painéis, e consequente enchimento dos restantes depósitos de água (para a ajuda na fixação dos painéis recorreu-se a uma porta paletes, evitando um incomportável esforço físico);
11. Confirmação da nivelação do Pavilhão depois de todos os painéis fixos;
12. Limpeza dos azulejos, com substituição/reparação dos azulejos quebrados durante o transporte e montagem.



**Figura 48:** Chegada das carrinhas Ribeiro e Espadinha Lda.

Imagem de Pedro Sadio retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>



**Figura 49:** Montagem da estrutura tubular.

Imagem de Pedro Sadio retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>





**Figura 50:** Fixação do primeiro painel na estrutura.

Imagem de Pedro Sadio retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>



**Figura 51:** Vista posterior da estrutura de suporte dos azulejos. Veja-se no canto superior esquerdo uma parte da chapa martelada.

Imagem de Pedro Sadio retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>



**Figura 52:** Colocação dos painéis com recurso ao monta-cargas

. Imagem de Pedro Sadio retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>

O sucesso da montagem deveu-se, acima de tudo, à vasta equipa que contribuiu para a sua concretização. Todos os responsáveis estiveram presentes, o Pedro Ferreira e a Rita João, Ricardo Jacinto, o Eng.º acústico Rui Urbano, o Eng.º Tiago Pereira da empresa Ribeiro e Espadinha Lda. bem como os seus funcionários, e o Pedro Sadio que fez a *foto reportagem*.

Os membros da EGEAC, bem como a presença policial foram fundamentais para que tudo corresse de acordo com o exigido, e dentro do cronograma estipulado. Permitindo com que o trânsito fluísse, e os moradores seguissem a sua rotina tranquilamente, sendo que ruas foram cortadas para a passagem do carro de bombeiros.

Falamos de uma montagem que foi devidamente planeada, no entanto existem pequenos ajustes e percalços, todos eles foram superados. Num dia de temperatura elevada, toda a equipa usou da sua força física mesmo sob um sol abrasador, para que todas as peças fossem devidamente montadas e asseguradas.





**Figura 53: Resultado Final.**

Imagem de Pedro Sadio retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>



**Figura 54: Capela e Pavilhão.**

Imagem de Pedro Sadio retirada em dezembro de 2017 de: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>

### 3.4.5. Dia da Desmontagem

Passado os dias de exibição do Pavilhão, o *atelier*, em conjunto com os funcionários da Ribeiro e Espadinha Lda. foi necessária uma mangueira de bombeiros para retirar a água dos recipientes. No Miradouro a ordem de trabalhos começou com o retirar da água dos depósitos laterais, esta escorria para uma sarjeta que se encontrava nas proximidades, de maneira a não molhar todo o piso do Miradouro. Consoante isso se procedia os painéis de azulejos foram cautelosamente desaparafusados e colocados no chão. Depois de todos os painéis retirados, a estrutura tubular foi desmontada,

devidamente organizada e embalada de forma a que todas as peças fossem transportadas para o armazém onde seriam guardadas.

O atelier investiu todo o montante concedido pela EGEAC, na criação do Pavilhão, sendo seu propósito futuro poder vender a peça a um eventual comprador, tê-la presente numa nova exposição ou, a sua alocação a um novo local.

## 4. Entrepasto

### 4.1 Livro Fabrigo Próprio

Um dos projetos mais conhecidos do *atelier* dá pelo nome de “Fabrigo Próprio”. Trata-se de um projeto iniciado em 2007, com a colaboração de Frederico Duarte, o e que teve como resultado mais visível a publicação bilingue (Português/Inglês) do livro “*Fabrigo Próprio – o Design da Pastelaria Semi-Industrial Portuguesa*”, que retrata a relação entre o design e a pastelaria semi-industrial português (Figura 55).



**Figura 55:** Capa do livro “Fabrigo Próprio”, 2ª edição.

Imagem retirada em dezembro de 2017 de: <http://www.fabricoproprio.net/category/projecto-%C2%B7-project/>

A primeira edição do livro “Fabrigo Próprio” teve uma tiragem de 1.500 exemplares, que esgotaram em pouco mais de um ano. Este relativo sucesso de vendas do livro motivou uma segunda edição revista e aumentada, passados três anos. Contou nessa fase com um redesign da capa, procurando torná-la mais apelativa. Este livro constituiu o primeiro compêndio sobre a chamada pastelaria de fabrico próprio, baseada em bolos de consumo regular e diário por todo o país.

O livro “Fabrigo Próprio” incluiu registos fotográficos e históricos de mais de 92 bolos (e suas variantes), dos mais sucedidos exemplos existentes em Portugal. O projeto de pesquisa e registo fotográfico contou com a contribuição de mais de vinte profissionais criativos portugueses e estrangeiros, entre ensaístas, fotógrafos e ilustradores. Foi lançado em Lisboa em abril de 2008, e teve também um lançamento no Porto, Estocolmo e Londres. Contou com o apoio da Direção Geral das Artes (enquanto projeto beneficiário do programa de Apoios Pontuais), Do Turismo de Portugal, da ARESP, da Fermento e da Delta Cafés.

Nas palavras dos autores, a escolha do termo semi-industrial para este tipo de produção alimentar prendeu-se com o facto de João, R & Ferreira, P & Duarte, F (2012, p.23) *“...todos estes bolos são manufacturados por pasteleiros cuja face desconhecemos, mas em cujo talento confiamos. Não são feitos por máquinas, são produzidos com máquinas. Não são produzidos em grande escala, apenas reproduzidos em número suficiente para encher balcões todas as manhãs. Não são conventuais nem regionais, são nacionais – alguns são mesmo globais.”*

Em 2008, nas instalações do MUDE, decorreu um *workshop* sobre pastelaria que envolveu cerca de uma quinzena de designers, jornalistas, pasteleiros, escritores e outros profissionais. Esse *workshop* deu origem a cinco novos bolos, que foram alvo de uma exposição temporária no mesmo local, sobre o seu processo de fabrico. Também em parceria com o MUDE, foi criada uma “galeria urbana” de bolos, através da afixação de grandes cartazes em MUPIS por toda a cidade de Lisboa, inclusive numas das arcadas da Praça do Comércio.

## 4.2 Entrepasto Fabrico Próprio

Partindo do sucesso do Projeto Fabrico Próprio, existia a vontade por parte dos responsáveis do Estúdio Pedrita de criar uma unidade de venda de pastelaria semi-industrial Portuguesa. A esta ideia foi dada o nome Entrepasto, sendo imaginado como uma extensão do projeto Fabrico Próprio, numa forma de divulgar os bolos e as pastelarias mais emblemáticas de Lisboa - uma unidade de revenda ambulante, que recolheria os bolos nas pastelarias mais afamadas dos grandes centros urbanos, e os venderia nos pontos de maior confluência de público potencial. Neste enquadramento, foi-me dada a responsabilidade de, ao longo do estágio, desenvolver um projeto com base nas premissas referidas anteriormente. Um projeto onde me foi dada relativa autonomia e liberdade, mas que teria de levar a cargo paralelamente às restantes tarefas do atelier. Sendo um trabalho de minha total responsabilidade, mas feito com o acompanhamento e supervisão dos designers responsáveis do atelier, Pedro Ferreira e Rita João.

É de esclarecer, a propósito do “Entrepasto Fabrico Próprio”, que nunca foi intenção do *atelier* abrir uma pastelaria ou serem eles responsáveis pela confeção dos bolos. Antes, procurar divulgar a arte e do trabalho dos pasteleiros nacionais (ou locais), como contributo à manutenção dessa tradição tão típica portuguesa que é apreciar uma pastelaria “de autor”.

Como referenciado em João, R 6 Ferreira, P & Duarte, F (2012, p.17) *“Vivemos no país onde provavelmente mais se toma a primeira refeição do dia fora de casa. Ninguém tem, como nós Portugueses, o habito e a rotina diária do café – ou galão, ou meia de leite, ou copo de leite, ou leite com chocolate – e bolo pela manhã. As torradas, tostas, “sandesh” e outros derivados de padaria não nos encham as medidas. Precisamos de algo mais para começar os nossos dias. Algo mais doce, delicioso, bonito, especial. Dai sermos tão exigentes, e conhecedores, no que diz respeito a pastelaria. Que é o mesmo que dizer: nós portugueses não vivemos sem bolos.”*

Tendo como base estes pensamentos surge a Questão de Investigação na qual se baseia e desenvolve o projeto Entrepasto:

**Como projetar uma unidade de revenda móvel de pastelaria semi-industrial portuguesa na cidade de Lisboa?**

Sendo o objetivo planejar e desenvolver o Entrepasto, de forma a implementar uma nova unidade de revenda de pastelaria semi-industrial em Lisboa que contribua positivamente para a identidade contemporânea da capital e, por essa via, também do país. E que, estude a viabilidade da sua implementação e qual a forma mais apropriada de o fazer.

O livro “Fabrigo Próprio” entende-se a grande variedade de bolos que se confeccionam nas pastelarias, a importância do pasteleiro, bem como a sua história e evolução. Depois de finalizar a sua leitura era mais que claro que visitar as pastelarias, conversar com os seus funcionários e observar como as pessoas se comportam no espaço, e provar os bolos, seria o primeiro grande passo a dar para o desenvolvimento do Entrepasto. Assim, a partir do livro, desenvolveu-se todo o projeto que a seguir se descreve: desde a pesquisa de pastelarias (ver subcapítulo 3.5.3), à caracterização dos bolos (ver subcapítulo 3.5.4), até à definição do veículo ver subcapítulos 3.5.5 a 3.5.8).

### **4.3. Pastelarias**

No livro “Fabrigo Próprio”, algumas pastelarias de Lisboa são referenciadas. No entanto, em antecipação de uma visita às mesmas foi desenvolvida todo um trabalho de pesquisa, e pedido aconselhamento por parte dos responsáveis pelo estúdio, de forma a centrar a investigação naquelas que fossem indispensáveis para a feitura do trabalho. No entanto nunca enjetei a possibilidade de ir entrando em outras que fosse vendo pelas ruas e avenidas, quando a oportunidade e o eventual interesse das mesmas o justificou.

Para que todas as visitas tivessem o mesmo tipo de análise foi desenhada uma ficha de trabalho (em formato de inquérito), que era dividida em três partes: informações técnicas; caracterização do espaço; e comunicação (ver fichas em Anexo 1). Cada uma

destas partes possuía campos específicos a serem preenchidos. E, em cada pastelaria visitada existiu sempre o cuidado de perguntar se o estabelecimento permitia a captação fotográfica, e se estavam dispostos a responder a algumas questões, sendo que os restantes aspetos eram de observação. Para as questões sempre que possível foi estabelecido contacto com o patrão ou com o responsável pela pastelaria no momento. Todo o restante trabalho de observação era feito como se de um cliente me tratasse (“cliente-mistério”), sentado numa mesa do estabelecimento e, sempre que possível, degustando a iguaria mais famosa da casa.

Foram visitadas 14 Pastelarias no total: Careca do Restelo, Castália, Açúcar e Canela, Tim-Tim, Confeitaria Nacional, Nilo, A Carripiana, Arabesco, Versailles, Namur, Mexicana, Sequeira, Galeto, Suíça e Califa. As visitas foram repartidas em dias diferentes, de forma a conseguir sentar e observar com calma todo o funcionamento.

A frequentar de Pastelarias é, para muitos Portugueses, uma rotina diária. Uma rotina onde se acompanham pequenos almoços e lanches a meio da manhã e da tarde com rostos familiares e conversas de ocasião. As pastelarias (e os cafés) são, para o Português, lugares de convívio e pontos de encontro onde se trocam conversas e discutem pensamentos. Graças a qualidade com que são confeccionados os bolos, e a habitual presença dos clientes, estas casas não fecham portas e continuam diariamente a encher as suas vitrinas de iguarias.

Ao longo das visitas foram observadas pastelarias sem farda, com atendimento feito ao balcão e cujo fabrico de bolos não era assegurado no próprio estabelecimento (ou até pela própria empresa). Outras pastelarias possuíam farda mais simples, muitas vezes de avental preto e camisa xadrez, onde o serviço já era feito à mesa e os bolos confeccionados no local. E, claro, as pastelarias que se destacam pela farda mais “tradicional” na pastelaria, completa de avental branco, calça, colete preto e laço, e atendimento de mesas sendo os bolos também de fabrico próprio. Estas muitas vezes situadas em espaços que ostentam materiais de construção nobres como madeiras exóticas e mármore. Existem casos como a Confeitaria Nacional, em que devido ao grande número de vendas, os bolos são produzidos numa fábrica própria, mas afastada do local de venda, obrigando a que todas as manhãs sejam transportados os bolos da fábrica para a Pastelaria situada na Praça da Figueira.

**Tabela 1** — Fardas. Serve para demonstrar as três tipos de fardas existentes nas pastelarias

	Farda Completa	Camisa e Avental	Sem Farda
Namur		✓	
Arabesco	✓		
Nílo		✓	
Tim-Tim		✓	
Confeitaria Nacional	✓		
Versailles	✓		
Mexicana		✓	
Sequeira		✓	
Careca Restelo		✓	
Castalia			✓
Açúcar e Canela		✓	
A carripans			✓
Califa		✓	

Segundo o Pedro Ferreira e a Rita João, quanto maior é o cuidado na farda que os empregados ostentam, maior é o orgulho que a casa tem no seu produto. Sendo que foi importante perceber o tipo de fardas que as diversas pastelarias visitadas utilizavam, e que demonstra também a qualidade do seu serviço.

O nome e antiguidade do estabelecimento parecem ser requisitos fundamentais para o sucesso das pastelarias. Apesar disso, os preços praticados na venda dos bolos não variam significativamente entre estabelecimentos, o que pode fazer supor que estes são encarados pelo público como uma “comodity”. Foi possível adquirir um bolo por 90 cêntimos na maioria das pastelarias, variando sim os preços das bebidas – onde se presume que a maior ou menor margem de lucro dos estabelecimentos seja definida. Outra das grandes características observadas, tem haver com a localização que estas costumam ter, grandes avenidas, ou praças, sempre em lugares de grande movimentação. Quase que pode ser dito que que, em todas as avenidas, podemos



encontrar um café ou pastelaria que possa satisfazer as pequenas pausas para o lanche que o povo português tanto aprecia. Onde, nas suas vitrinas, são sempre visíveis bolos ou salgados do dia.

As observações feitas no decurso da pesquisa para o projeto levaram à impressão de que seria possível dividir as pastelarias visitadas em três tipologias, distinguidas por diversos fatores observáveis (a qualidade dos bolos servidos, a farda que ostentam, no cuidado no atendimento e no serviço, nas embalagens de cartão e claro na estética espacial). É muito importante referir que a história da casa pesa muito nesta distinção. Desta forma as pastelarias serão divididas em tipologias: **A**, **B** e **C**.

### Tipologia A

- Bolos de grande qualidade, cremes feitos de ovos sem recurso a misturas de compra (aspeto discutido em *atelier*, sendo que este foi um trabalho fundamental a quando da escrita do livro, sendo esta informação partilhada pela Rita João);
- Vitrines repletas, com grande variedade;
- Farda (calça preta, camisa branca, colete preto, laço e avental);
- Existência de embalagens personalizadas de cartão para os bolos que são consumidos fora da loja, com um cuidado de serem presas por um fio ou laço;
- Loixa com linha da própria pastelaria;
- Grande qualidade de atendimento a mesa;
- Nobreza nos revestimentos mobiliário e iluminação do espaço;

Dentro da Tipologia **A** acharam-se estarem enquadradas as Pastelarias “Sequeira”, “Califa”, “Mexicana”, “Confeitaria Nacional” e “Versailles” (Figura ).



**Figura 56:** Pastelaria “Versailles”, Avenida da República, Lisboa.



## Tipologia B

- Bolos de grande qualidade, cremes feitos de ovos sem recurso a misturas de compra (aspeto discutido em *atelier*, sendo que este foi um trabalho fundamental a quando da escrita do livro sendo esta informação partilhada pela Rita João);
- Vitrines repletas, com grande variedade;
- Farda (calça preta, camisa ou polo e avental);
- Existência de embalagens personalizadas ou em cartão branco para os bolos que são consumidos fora da loja;
- Loiça da linha da mara co café;
- Grande qualidade de atendimento ao balcão
- Revestimentos mobiliário e iluminação com cuidado e atenção, mas de maior simplicidade;

Dentro da Tipologia B acharam-se estarem enquadradas as Pastelarias “Tim-Tim”, “Nilo”, “Arabesco”, “Açúcar e Canela”, “Namur”, “Galeto” e a “Pastelaria Careca”, situada do Restelo (Figura 57).



**Figura 57:** Pastelaria “Careca”, do Restelo

Fonte de autor.

### Tipologia C

- Bolos de qualidade inferior, cremes feitos com base de misturas pré feitas;
- Vitrines com pouca variedade de bolos;
- Sem farda, ou só avental;
- Sem embalagens;
- Loiça da linha da mara co café;
- Simpatia no atendimento;
- Revestimentos mobiliário e iluminação menos cuidados e com pouco requinte;

Dentro da Tipologia C acharam-se estarem enquadradas as Pastelarias “Castália” e “A Carripana” (Figura 58).



**Figura 58:** Pastelaria “A Carripana”, Avenida do Uruguai, Lisboa.

Fonte de autor.

As visitas efetuadas às pastelarias foram essenciais para entender o funcionamento das casas, observar o orgulho com que os interlocutores falavam e defendiam a qualidade dos bolos que produziam. Sempre que colocada a questão de qual o melhor bolo, as respostas eram unânimes indicando todos como bons. Havendo sim diferentes respostas ao se indagar qual o bolo mais vendido. Nesta questão existe também uma grande complexidade, porque varia muito do gosto de cada cliente. Quando existe preferência, foi dito que os clientes repetiam diariamente a escolha. Claro que pode ser destacado o pastel de nata, que assume grande número de vendas na maioria das pastelarias visitadas – talvez pelo seu tamanho, por ser dos bolos menos calóricos, e acima de tudo porque existe o culto de acompanhar o café com um pastel. Ou não estivessem estes tantas vezes associados na promoção, pastel de nata e café.



**Figura 59:** Bolos de Fabrigo Próprio.

Fonte de autor.

Segundo alguns pasteleiros consultados, a venda de pastelaria semi-industrial pode tornar-se cada vez mais complicada. As novas tendências alimentares, bem como o aparecimento de novas tipologias de cafeterias e a ascensão da comida rápida, que também inclui sobremesas e bolos, estão a contribuir para a diminuição das vendas. Segundo Pedrita Design Studio João, R & Ferreira, P & Duarte, F (2012, p.28), a *“...tendência futura deste tipo de pastelaria, observámos que alguns profissionais do ramo consideram em risco de extinção, ou sob ameaça. Alguns dos fatores para este risco incluem um cada vez maior cuidado na alimentação da parte dos portugueses, os cada vez mais apertados dispositivos legais que regem o sector, ou é o facto de os bolos de pastelaria de qualidade serem considerados como artigos cujo o preço de venda deve ser mais alto do que actualmente praticado, de forma a compensar o investimento em mão-de-obra qualificada que é exigido.”*

A população portuguesa preocupa-se, legitimamente, cada vez mais com o abuso do consumo de açúcares, devido as doenças que lhe estão associados. Encontrando nos bolos um enorme inimigo. Por outro lado, existe toda uma vertente populacional que opta pelas refeições rápidas servidas pelas grandes marcas, e para completarem os menus acabam por desfrutar das sobremesas e bolos que as mesmas oferecem. São também muito visíveis as casas que abrem com novos conceitos, bolos à fatia e/ou de inspiração não-nacional começam a surgir nas vitrinas destes espaços, numa forma de atrair clientes pela diferença. Cabe as pastelarias contornar estas novas tendências e fazer por marcar a sua presença através da demonstração de qualidade dos seus produtos – e, como contributo neste sentido, pode-se contextualizar a proposta do Entrepasto.

A intenção com o projeto “Entrepasto Fabrigo Próprio” é fazer com que não se perca a tradição de consumo de produtos semi-artesaniais emblemáticos da gastronomia nacional. Ao potenciar as vendas dos produtos e a difusão do nome da empresa/marca

que os produziu fora do local de fabrico está-se a contribuir para a sua promoção e valorização.

Ter uma unidade móvel de venda de pastelaria de fabrico próprio, aproxima mais das grandes praças e dos grandes centros lisboetas (pontos de grande movimentação), numa verdadeira montra ao ar livre, onde tal e qual numa pastelaria pode ser escolhido o bolo que se pretende degustar. Para mais, sendo Lisboa, cada vez mais, visitada por turistas, esta vinda ao encontro deles poderia tornar-se numa capitalização interessante e expressiva em vendas. Permitindo que possam desfrutar e saborear os bolos em pontos estratégicos da cidade, e informando os turistas das moradas de onde são provenientes.

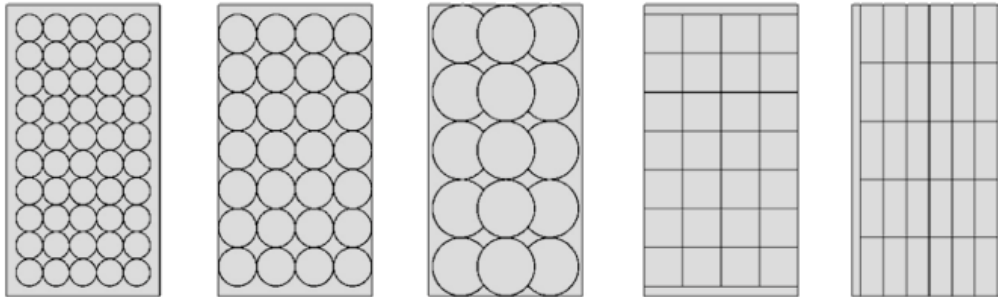
Sabendo que muitas vezes é necessário adaptarmo-nos aos novos tempos e tendências, talvez seja este o momento certo para levar para as ruas uma unidade de vendas móvel, onde é bem visível o crescente número de oferta de *stret foods*.

#### **4.4. Bolos**

Os bolos são o elemento fundamental de todo o projeto, são eles o produto a ser vendido, merecendo todo o cuidado e atenção. Falamos de 92 bolos de fabrico próprio, segundo o livro “Fabrico Próprio o Design da Pastelaria Semi-Industrial Portuguesa”, que são diariamente confeccionados nas diversas pastelarias lisboetas. É importante referir que não são produzidos todos na mesma casa, mas que a totalidade se observa no conjunto de todas. Alguns deles podem já ser considerados raros, sendo bastante provável que caindo em desuso, venham a deixar de ser produzidos. Outros, pelo contrário, por via da sua grande popularidade, estão presentes em todas as pastelarias – caso do Pastel-de-Nata – pese embora o facto de que cada casa tem uma receita e modo de fabrico ligeiramente diferenciado (tal é a diversidade de sabor que todos os anos é feito um concurso onde é eleito o melhor Pastel-de-Nata de Lisboa).

No projeto “Entrepasto” a ideia é que os bolos continuem a ser produzidos nas cozinhas de cada uma das pastelarias fornecedoras. O veículo de distribuição/venda faria a recolha pelo veículo e levá-lo-ia para o ponto de venda. Tendo esta premissa como base, surgiu umas das primeiras ideias que orientariam todo o desenvolvimento subsequente do projeto. Dado que todos os bolos são levados a cozer ao forno em tabuleiros de medida normalizada (750 por 400 mm), porque não usar esses mesmos tabuleiros para armazenar e vender os bolos no veículo de transporte., assim, não só se facilitava a passagem dos bolos para o funcionário que operava do veículo de distribuição como se potenciava a higiene de todo o processo – minimizando o manuseio do produto. Com isto em mente tornou-se óbvio que seria necessário criar um conjunto de vitrines para amostragem do produto, que pudessem conter a medida dos tabuleiros.

Para além da medida do tabuleiro é importante referir que existem variações de tamanhos de bolos, em largura e altura. Isto faz com que uns tabuleiros possam conter maior número de uns produtos do que de outros. Por forma a entender melhor quantos bolos pode levar um tabuleiro foram feitos diferentes esquemas com vários tamanhos de bolos, para prever, de forma estimativa, o número que cada um poderia conter (ver Figura 60).



**Figura 60:** Tabuleiros e quantidades de bolos. Na figura podemos observar alguns dos exemplos das possíveis variações de quantidades de bolos, por consequência da sua dimensão e formato, sendo que existem outras variações, servindo estas para demonstrar o procedimento para a contagem de bolos por tabuleiro.

Fonte de autor.

Ao visitar as pastelarias foi observado o cuidado tido com o armazenamento dos bolos, sendo que é necessária refrigeração nas vitrines para a conservação da maioria deles. Todos os bolos que apresentam cremes e frutas têm de ser necessariamente refrigerados. Outros bolos, mais “secos” não necessitam desta preocupação de refrigeração e podem estar à temperatura ambiente. Mais excecionalmente, e por tradição de consumo, mais do que por preocupação com a conservação, existem bolos que são mantidos a temperatura acima do ambiente - caso do pastel-de-nata ou do *croissant* da Pastelaria Careca. Esta observação levou a concluir que o veículo a projetar teria que albergar este tipo de vitrines, de forma a que cada bolo mantivessem a mesma qualidade de fornecimento ao cliente que é assegurada nas pastelarias de origem.

Estando-se a projetar um veículo móvel, de venda de rua, é importante ter em conta que este estaria à mercê das condições climáticas. Assim, no Verão estaria sujeito a temperaturas elevadas, o que redobra todo o cuidado na refrigeração.

Seguidamente será apresentadas tabelas que elenca, para cada tipo de bolo quais são as necessidades de armazenamento, assim como a quantidade que seria possível incluir em cada tabuleiro.

**Tabela 2** — Bolos em vitrines aquecidas e número de bolos por tabuleiro. Serve para demonstrar as diferentes variedades de bolos, o tipo de vitrine onde precisam ser armazenados e ainda a quantidade de bolos por tabuleiro.

	Aquecida
Pastel de Nata	55
Croissant do careca	20

**Tabela 3** — Bolos em vitrines normais e número de bolos por tabuleiro.

	Normal
Bolo de Arroz	55
Madalena	55
Queque	48
Rocha	45
Alfaciano	55
Tarte de Nata	40
Tartellete de Amêndoa	40
Sidónio	55
Pão de Deus	20
Caracol	15
Croissant	20
Palmier Simples	20
Pastel de Côco	55
Pastel de Feijão	55
Tigelada	20
Broa de Mel	45

**Tabela 4 – Bolos em vitrines refrigeradas e número de bolos por tabuleiro.**

	Frio		Frio
Guardanapo	30	Orelha	20
Torta	30	Melecho	20
Pata de Veado	30	Trinitá	20
Copo	45	Mondego	25
Xadrez	30	Almofada folhada	25
Contraplacado	30	Allumetta	25
Garibaldi	20	Limonetta	55
Russada Amêndoa	20	Pirâmide	55
São Marcos	20	Brixa	25
Babá	45	Laço	25
Indiana	45	Delícia	25
Esquimó	35	Éclair	25
Tartelette de frutos	40	Parra	25
Almofada	20	Mil-Pelhas	25
Hola de Berlim	20	Império	55
Ferradura	20	Choux	55
Argentino	20	Rim	25
Trança	20	Polka	55
		Quindim	55
		Claudino	40
		Bispo	25
		Maravilha	35
		Nos	55
		Sabôia	40

Como mostram as Tabelas 2, 3 e 4 a maioria dos bolos necessita de vitrines frias para a sua conservação, sendo que estes merecem maior preocupação e atenção. No entanto, e apesar do número reduzido de bolos que devem ser servidos a quente, dentro desta categoria fazem parte os pasteis de nata e o croissant da pastelaria Careca, estes que são por norma servidos depois de saírem do forno, e ainda quentes. Devido a isso seria essencial a presença de pelo menos uma vitrine que os mantivesse quentes, possibilitando aos clientes a mesma experiência degustativa que se obtém nas pastelarias de origem.

## 4.5. Veículo

A escolha do veículo que se iria usar para adaptar a este projeto foi, sem dúvida, umas das tarefas mais importantes ao longo do projeto. Tendo como ponto de partida o gosto pessoal do Pedro Ferreira e da Rita João, que demonstraram desde sempre interesse que fosse um veículo da marca Piaggio. Com base nisto, foi feita uma pesquisa de diferentes modelos existentes no mercado. No entanto existia um aspeto muito importante a ser levado em consideração, o veículo teria que se movimentar por toda a cidade de Lisboa, na sua recolha de tabuleiros pelas diversas pastelarias, seguidamente ir para o local de venda, e voltar a repetir todo o processo no mesmo dia para reabastecimento. Desta forma, um atrelado ficou imediatamente fora de questão, pois estes necessitam de um segundo veículo para os rebocar.

É importante referir que foi o estagiário o responsável por propor e mostrar aos responsáveis pelo atelier este tipo de veículos, sendo que inicialmente não existia uma ideia concreta do que este poderia vir a ser. Estava tudo em aberto, dispostos a novas propostas, sendo que estas deviam ser viáveis e a sua aprovação dependeria da sua funcionalidade e dos benefícios que trariam ao projeto.

Dentro dos da marca Piaggio, o modelo Ape50 nunca pode ficar esquecido, sendo este o modelo que mais se observa nas ruas quando falamos de *street*, no entanto a marca apresenta outros modelos que despertaram grande curiosidade por não serem usuais neste meio de negócios em Portugal, e acima de tudo pelas suas acrescidas dimensões. Um entreposto de venda de dimensões mais generosas possibilitaria levar mais produtos e demorar mais a reabastecer, mas, por outro lado, seria mais complexo de “estacionar” e de manobrar pela cidade em momentos de maior trânsito.



Para além dos bolos, o veículo deveria estar preparado para conter outros elementos tais como:

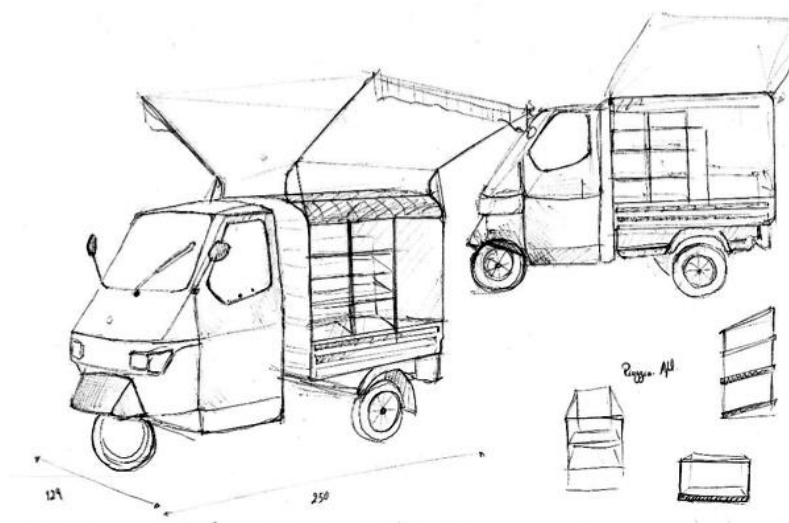
- . Vitrinas/expositores, com fácil capacidade de colocar e retirar tabuleiros;
- . Máquina registadora;
- . Máquina de Cafés;
- . Espaço/Arrumação para embalagens;
- . Arca refrigerador- Para arrumação de refrigerantes.

Conforme a pesquisa de veículos foi sendo feita, começaram a ser realizados esboços, de forma a poder testar diferentes soluções consoante cada estilo (ver Figura 61, Figura 62 e Figura 63). Estes esboços e ilustrações iam sendo mostradas em *atelier*, e foram inclusive decisivos para a escolha final do veículo.



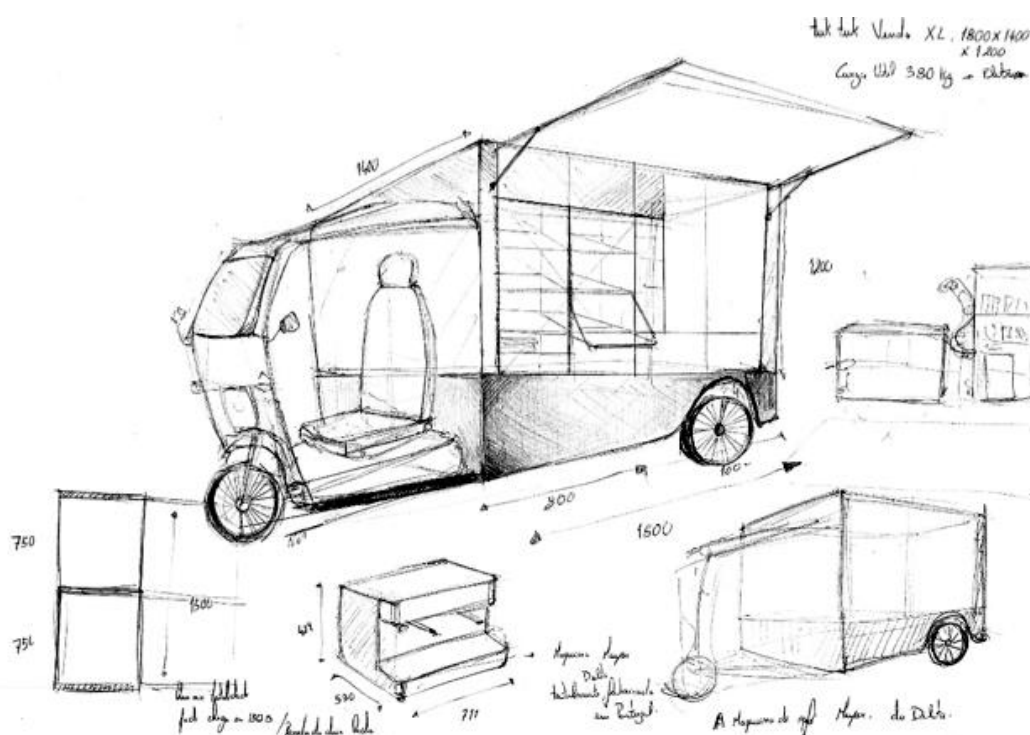
**Figura 61:** Montagem ilustrativa com Piaggio Porter.

Fonte de autor.



**Figura 62:** Esboço Piaggio Ape50.

Fonte de autor.



**Figura 63:** Esboço Tuck Tuck.

Fonte de autor.

De entre os veículos acima apresentados em esboço com possíveis intervenções, como o Piaggio Ape50 e o Tuck Tuck e de outros que foram também alvo de pesquisa, a escolha recaiu sobre o Piaggio Porter Elétrico (ver Figura 64). O grande elemento decisor da seleção foi a dimensão generosa da sua plataforma de carga, com 1,33 x 1,98 mm, contando com PMA de 1.700 kilos e carga total de 850 Kg. Ao contrário de um

Piaggio Ape50 cujas dimensões da plataforma de carga são de 1,19 x 1,14 m. Com esta decisão tomada numa das reuniões semanais de atelier com os Pedrita, o projeto pode assim prosseguir.



**Figura 64:** Piaggio Porter Elétrico.77

Imagem retirada em dezembro de 2017 de: <http://www.foodtruckbdn.com/piaggio/porter-electrico/>

## 4.6. Projetar o Entrepasto

Com base nas pesquisas desenvolvidas nos subcapítulos anteriores começou a ser projetado o veículo. No entanto logo se apercebeu da necessidade de ir para a rua e entrar em contacto com os *street food`s* existentes, e conversar com os seus proprietários e funcionários. Isto seria uma mais valia para compreender o seu funcionamento e a interação que o público tem com esta tipologia de venda cada vez mais patente. Para que tal fosse possível foi desenvolvida uma pequena entrevista de nome “Ficha de *Street Food*” (Anexo 2), dividida em algumas questões essenciais: informações base; locais de estacionamento habituais; dias de trabalho semanais; produtos em venda; materiais usados no veículo; comunicação do veículo. Este trabalho foi fundamental para entender o que motiva os seus proprietários a ingressar por esse ramo, e acima de tudo a reação que o público tem com este tipo de venda. Na altura decorria o Festival de *Street Food* no Jardim do Arco do Cego, sendo esta uma ótima oportunidade para fazer o trabalho de campo. Ver os diferentes veículos estacionados e perceber as condições que as câmaras e juntas de freguesia oferecem nestes festivais, possibilitando a energia que alimenta os veículos, bem como pontos de abastecimento de água. O que chamou mais a atenção no meio de todas as conversas, foi a motivação dos seus proprietários e funcionários, sem dúvida a alma do negócio, é fundamental o espírito empreendedor e acima de tudo a capacidade de improvisar, sendo que falamos de refeições que são preparadas na rua, numa cozinha adaptada feita a medida de um veículo. A limpeza que estes demonstravam e o cuidado no atendimento ao público com a boa disposição são também de realçar. Muitos deles criam pequenas esplanadas ao redor, improvisando ambientes acolhedores no meio de uma praça, sem existir um espaço físico. Todos realçaram a importância dos festivais para o crescimento e divulgação dos negócios, as redes sociais são também fundamentais, todos eles fazem-se divulgar através de sites, Facebook ou Instagram,

de forma a que o próprio cliente acaba por ser a montra do negócio, sendo eles os grandes divulgadores. De salientar que são os Piaggio Ape50, e os atrelados em formato Pão de forma, que mais se fazem notar. Quando destas visitas foi observado que a *Kiosque Street Food* é a empresa responsável pela criação da grande maioria dos veículos existentes. O que chamou a atenção para aprofundar e pesquisar sobre a mesma.

Existindo a necessidade de conhecer melhor como são desenvolvidos este tipo de veículos, de forma a entender quais os materiais utilizados e todo o seu processo de montagem. Foi enviado email ao proprietário da empresa *Kiosque Street Food*, Luís Rato, que demonstrou a sua total disponibilidade e interesse pelo projeto, o que possibilitou o agendamento de uma visita aos armazéns aonde são produzidos.

A *Kiosque Street Food* sediada no Cartaxo, e responsável pela criação e execução da maioria dos exemplares visíveis em Portugal. Esta nasce graças ao espírito empreendedor do seu chefe, que numa altura em que pouco se falava deste negócio no país, decidiu arriscar e abraçar todo um novo desafio. De acordo com informação disponível em: (<https://omirante.pt/semanario/2015-09-24/economia/2015-09-23-verso-move-do-cartaxo-fabrica-veiculos-para-venda-itinerante-de-comida-pronta>) a fabrica já produziu mais de 200 exemplares, e continuará a produzir ainda mais, todos eles diferenciados, cada um deles é feito de acordo com a ideia do cliente e tem a sua própria marca.

Foi possível visitar os armazéns onde se produzem os veículos, bem como conversar com o seu fundador, ficando com uma visão real de como nascem os projetos na empresa. Na visita foi possível conversar com elementos das diferentes áreas, do design de comunicação, a produção de sistemas elétricos bem como a preparação das estruturas, moldes, painéis e fibra. Tudo é feito nos armazéns, existindo zonas destinadas para cada tarefa, todos foram visitados e documentados fotograficamente.

Todos os exemplos que se seguem foram registados a quando da visita e servem para ilustrar o que está a ser construído de momento na empresa, e que em breve estarão a circular pelas ruas de Portugal, sendo que foi permitido observar alguns deles em primeira mão.



**Figura 65:** *Street Food* na fase de acabamentos finais.

Fonte de autor.



**Figura 66:** *Street Food* na fase de construção de prateleiras de arrumação. Estas feitas em painéis de poliestireno, revestidos a poliéster. A empresa é responsável pela criação dos mesmos.

Fonte de autor.



**Figura 67:** Street Food em fase de preparação do expositor refrigerado.

Fonte de autor.

Quando o cliente não tem veículo nem chassi previamente comprado, a empresa responsabiliza-se por esta tarefa, em alguns dos casos chegando a criar toda a estrutura. Um dos seus armazéns está dedicado à criação de moldes, e preparação da fibra de vidro. Os contramoldes criados em poliestireno são feitos de acordo com os formatos originais da marca, ou então segundo projetos inovadores e destintos. Estes passam depois pelo processo da fibra ficando assim toda a pele preparada. Esta é depois aparafusada sobre o atrelado metálico (ver figura 68).



**Figura 68:** Atrelado do estilo pão de forma em fibra de Vidro. Este é um exemplo executado de raiz pela empresa.

Fonte de autor.



As cozinhas são também todas preparadas e montadas na empresa, executadas consoante as dimensões de cada veículo. Desde os arrumos à refrigeração é tudo montado no local, respeitando as obrigações e necessidades de cada projeto. As cozinhas são fabricadas quase sempre em inox por força dos constrangimentos com a limpeza. Estas são executadas separadamente e só posteriormente colocadas/montadas no interior do veículo (ver figura 69).



**Figura 69:** Montagem de cozinha.

Fonte de autor.

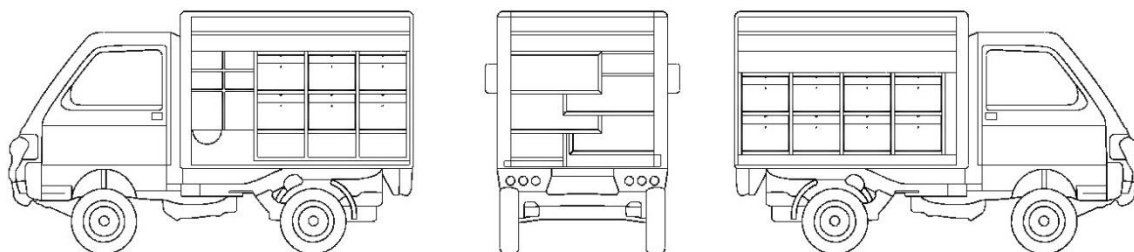
Na visita à Kiosque Street Food ficou claro que a empresa se tornaria um aliado para o sucesso da possível implementação deste projeto, e foi um contributo fundamental para melhor desenhar o interior do Entrepasto. Aqui o que se apresenta é todo o processo e planeamento que poderá levar a entrega do mesmo para a execução na empresa, e acima de tudo perceber se é viável este novo negócio e sua implementação na cidade de Lisboa?

#### **4.7. Proposta inicial**

Os desenhos iniciais foram feitos tendo em mente os produtos que o atelier pretendia vender no seu interior, havendo a preocupação de distribuir o maior número de tabuleiros e, ao mesmo tempo, ter espaço para uma máquina de café e zona refrigerada para possibilitar a venda de sumos Compal. Esta preocupação existia, pois, a Compal e a Delta foram parceiros do atelier na altura da escrita do livro “Fabrigo Próprio”, e seria uma forma do mesmo publicitar as marcas, vendendo os seus produtos. Para que todos estes elementos estivessem presentes no interior do Piaggio, seriam necessárias três frentes de venda (ver Figura 70: Desenho das três frentes de venda).

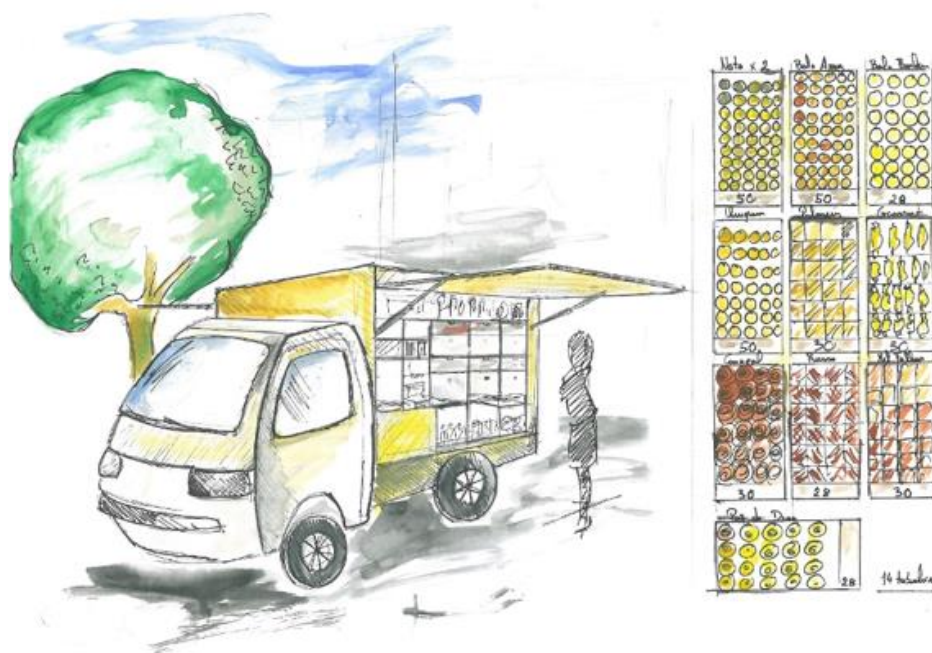
Fonte de autor.

ou seja todas as laterais do veículo iriam expor produtos, existindo a responsabilidade do funcionário de circular em torno de todas as frentes.



**Figura 70:** Desenho das três frentes de venda.

Fonte de autor.



**Figura 71:** Aguarela.

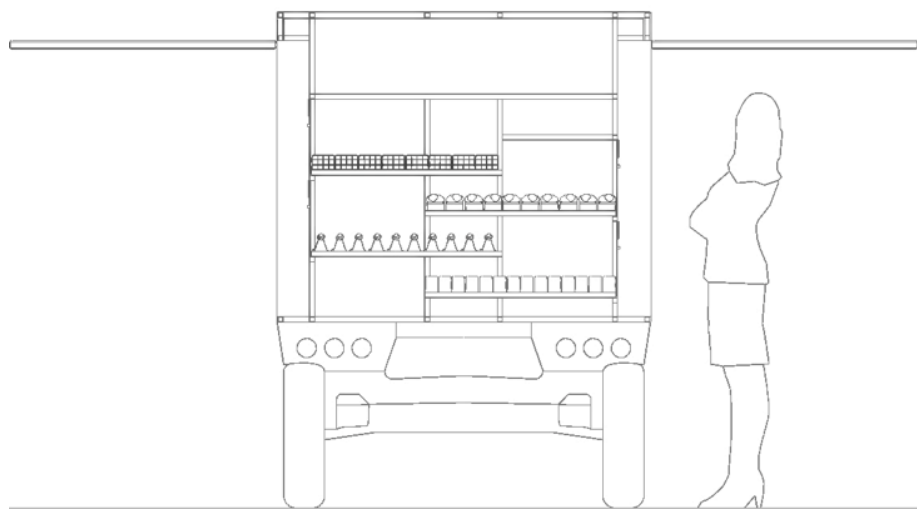
Fonte de autor.

As vitrines para exposição de bolos foram projetadas respeitando o dimensionamento dos tabuleiros, e respeitando outro elemento de grande importância que é a altura máxima dos bolos. De todos, o bolo de arroz é aquele que consegue atingir maior altura, dependendo da sua levedura, alguns atingem os 15 cm. Desta forma a altura da porta e da vitrine teria que ser superior a este. Desde o início que também existiu preocupação de criar uma vitrine que pudesse conter uma ranhura aonde fosse colocado o nome da pastelaria e do bolo. Visto



o Entrepasto ser um projeto de revenda de várias pastelarias, e não um negócio onde apenas uma marca ou pastelaria seja a responsável pela confeitura de todos os bolos.

As primeiras vitrines projetadas foram pensadas para servir as duas laterais do veículo, essas seriam intercaladas, sendo maior a porta e a zona de entrada e depois diminuindo o tamanho, essa diminuição de tamanho fazia com que outro conjunto de vitrines pudesse ser intercalado. Permitindo assim ter doze tabuleiros expostos e consequentemente, outras tantas variedades de bolos. Esta ideia surge numa forma de aproveitamento de espaço, nas laterais. Na zona próxima ao cliente as vitrines teriam maior dimensão, de forma a que estes pudessem observar bem os bolos, havendo uma diminuição no interior (ver Figura 72).



**Figura 72:** Traseira do veículo.

Fonte de autor.

No entanto esta ideia foi descartada, é só uma das laterais passou a ser frente de venda. Tal sucedeu por ter sido proposto ao Pedro Ferreira e Rita João para não vender cafés nem qualquer tipo de refrigerantes. Estamos a falar de um projeto que marca pela sua diferença de venda de bolos fabrico próprio, sendo estes o elemento de grande interesse e preocupação. Ao colocar expositores refrigerados para bebidas, apenas se perderia espaço, que podia ser aproveitado para a colocação de vitrines. Nesta hipótese anteriormente apresentada seriam possíveis vender doze tabuleiros repletos de bolos, esgotando todo o espaço existente. Na hipótese final que se apresenta seria possível expor nove tabuleiros na frente principal, e ainda ter uma zona de reposição onde se guardariam outros tantos tabuleiros.

#### 4.7.1. Proposta final

A proposta final do projeto Entrepasto pretende enfatizar única e exclusivamente o produto que foi alvo de pesquisa ao longo da escrita do livro *Fabrico Próprio*. Apresenta um veículo para a venda ambulante de pastelaria, que poderá circular por praças ou festivais do país. Falamos de uma ideia inovadora, uma vez que, em Portugal só tem proximidade com alguns exemplos de venda de *street food's*, dedicados à comercialização de pastéis de nata.

Entende-se que seria ideal, para o melhor resultado económico do projeto, que se recorresse a dois itinerários de recolha de bolos por dia. Sendo um deles no período da manhã em antecipação do pequeno-almoço para a maioria das pessoas, e outro à tarde após o almoço e em preparação da hora do lanche. Pela manhã o horário de “estacionamento” ideal seria entre as oito e as onze horas. Para que tal ocorra, seria necessário que o veículo comesse a sua deslocação para a recolha de bolos nas diversas pastelarias pelas seis horas da manhã, agrupando os tabuleiros com os doces mais emblemáticos de cada fornecedor. No período da tarde o horário ideal de “estacionamento” para venda seria entre as quinze e as dezoito horas. Sendo que, logo a seguir à hora de almoço o veículo voltaria a fazer a sua recolha pelas pastelarias, repondo os bolos e, eventualmente, fazendo um turno de funcionário. Este horário de venda sugerido pode, naturalmente, ser alvo de ajuste em face de dinâmicas de consumo inesperadas ou devido a constrangimentos de fornecimento.

A proposta, nesta versão final, de uma única frente de venda para o Entrepasto, faz com que seja menor a quantidade de tabuleiros de bolos visíveis para o cliente (e, consequentemente, menor a diversidade de bolos a serem vendidos), mas tem o mérito de possibilitar o armazenamento de bolos para reposição. Transforma-se a lateral “cega” do veículo num espaço de armazenamento de tabuleiros, cujo acesso é apenas concedido ao funcionário. Esta alteração faz com que, por dia, só existam nove variedades de bolos distintos a serem propostos simultaneamente aos clientes. Uma menor diversidade de oferta tem como consequência um aumento do número de bolos de cada variedade disponíveis para venda. E, claro está, que a aprendizagem sobre quais bolos mais se escoam fará ajustar as quantidades que se encomendam a cada fornecedor.

Para além do espaço para exposição dos tabuleiros de bolos, foi ainda pensada para o veículo a existência de uma zona de apoio técnico onde se colocaria uma impressora para recibos e um *tablet*, através dos quais seria feita toda a faturação. Esta zona contaria ainda com um *dispenser* de embalagens para transporte de bolos – para os casos em que os clientes pretendam levar para casa algumas unidades, em vez de as consumirem no local. Prevê-se, ainda, nessa zona técnica, um local para guardar as pinças para retirar os bolos, para além de espaço para papel de limpeza de mãos e um recipiente para colocar os sujos.

As vitrines de exposição dos bolos foram pensadas para que, no seu interior, existissem calhas em inox em formato de cantoneira sobre os quais os tabuleiros pudessem deslizar. Esta ideia foi inspirada no modelo protótipo “Robomarte”, (apresentado na figura 4 do capítulo 2 - Estado de Arte) e (Figura 73), onde são visíveis calhas para colocação dos tabuleiros que levam as compras aos clientes através de um sistema automatizado. Com base nesta estrutura foi pensada uma idêntica que, para além de servir de sustentação, funcionasse como calha deslizante para facilitar o trabalho do funcionário (Figura 73). Outro dos aspetos considerados de grande importância, trata-se da evidenciação da pastelaria-produtora de cada um dos bolos em venda. Pois, o fundamental de todo este projeto, é mostrar aos clientes que existe um espaço físico emblemático que originou cada um dos doces que se estão ali a vender. Desta forma na parte superior da porta da vitrine foi projetada uma calha em acrílico, tal como a porta, que possibilita a colocação (e troca) dos identificadores gráficos e textuais de cada produto.



**Figura 73:** Prateleiras de arrumação do Robomart. Imagem retirada em fevereiro de 2016 de: <https://www.designboom.com/technology/robomart-self-driving-store-01-26-2018/>

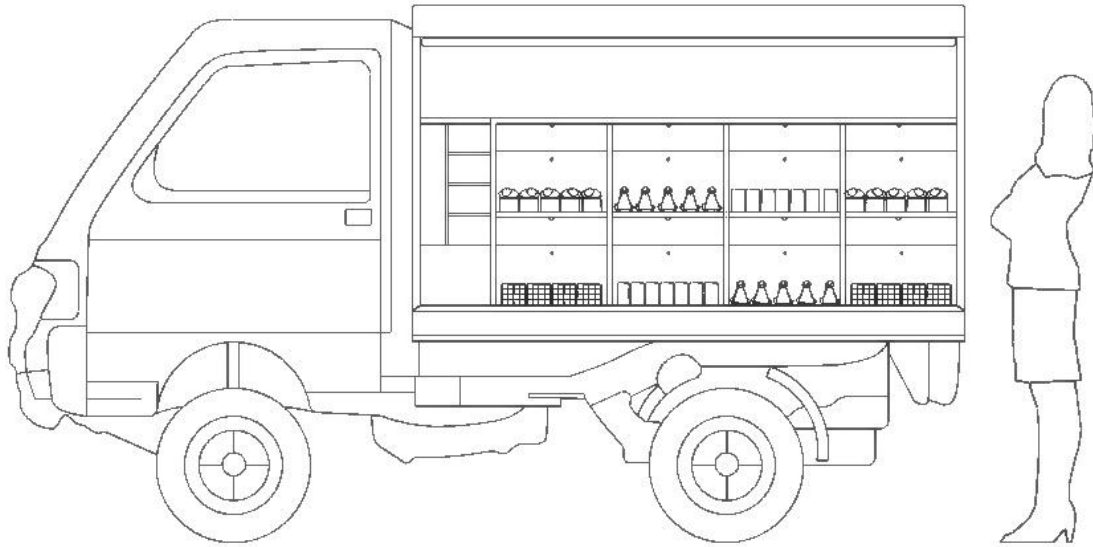
O desejo de projetar uma unidade de revenda dos bolos mais característicos das melhores pastelarias de Lisboa, teria de conseguir passar uma imagem de “neutralidade” em relação aos diversos produtos. Afinal, o objetivo não era o de potenciar a venda do bolo A ou B mas antes do melhor que se faz em Lisboa. De forma a melhor entender a especificidade do que nos propúnhamos vender procedemos à visita a diversas pastelarias de Lisboa com o intuito de analisar não apenas o produto que vendiam, mas como o vendiam e a forma como organizavam e geriam o espaço.

Estas visitas permitiram ao estagiário conhecer um mundo que, até então, lhe era estranho, e foram fundamentais para entender os cuidados de manuseamento e conservação requeridos a cada bolo – qual a sua melhor forma de exposição; quais as limitações (dimensionais e de estabilidade) para o seu transporte e acomodação nos tabuleiros; quais as condições de conservação ideais, qual as condições de consumo preferidas pela maioria dos clientes. A pesquisa realizada (ver anexo 1) levou a melhor perceber o tipo de vitrines que deveriam ser utilizadas, sendo que estas teriam que ser inseridas na unidade de venda que viesse a ser projetada.

Sendo este um projeto de revenda, concluiu-se que a melhor forma de venda para este tipo de produto, seria um *street food*, ou seja, um veículo móvel transformado que se deslocaria as pastelarias, recolhendo o produto e mais tarde deslocava-se para o ponto de venda. Nesta base de pensamentos foi feita uma pesquisa de diferentes tipos de veículos que por norma se adaptam e personalizam para estas situações. Para melhor entender este negócio foi necessário voltar à rua em trabalho de campo, recolhendo informações e registando alguns dos exemplos que estacionam para venda na cidade de Lisboa. Tendo sido todos estes dados apontados (ver anexo 2), e sabendo as necessidades a que este projeto se propunha foi escolhido um Piaggio Porter Elétrico, devido essencialmente as suas dimensões, sendo que nele poderia ser possível reunir um maior número de tabuleiros, permitindo uma venda diária de maior quantidade. Este modelo de veículo não é habitual de se encontrar, devido as suas dimensões superiores aos demais, e porque em Portugal se opta por modelos mais conhecidos, não correndo o risco de explorar outras possibilidades, sendo que seria uma novidade a juntar a todo o conceito também ele diferenciador.

Sendo o projeto de um veículo de *Street Food* uma área totalmente desconhecida do estagiário, foi necessário visitar uma empresa com experiência neste tipo de trabalho por forma a melhor inteirar do processo e das condicionantes. Em conversa com o proprietário da empresa, foram esclarecidas muitas das dúvidas de funcionamento/implementação tornando-se assim num possível parceiro para a construção do veículo.

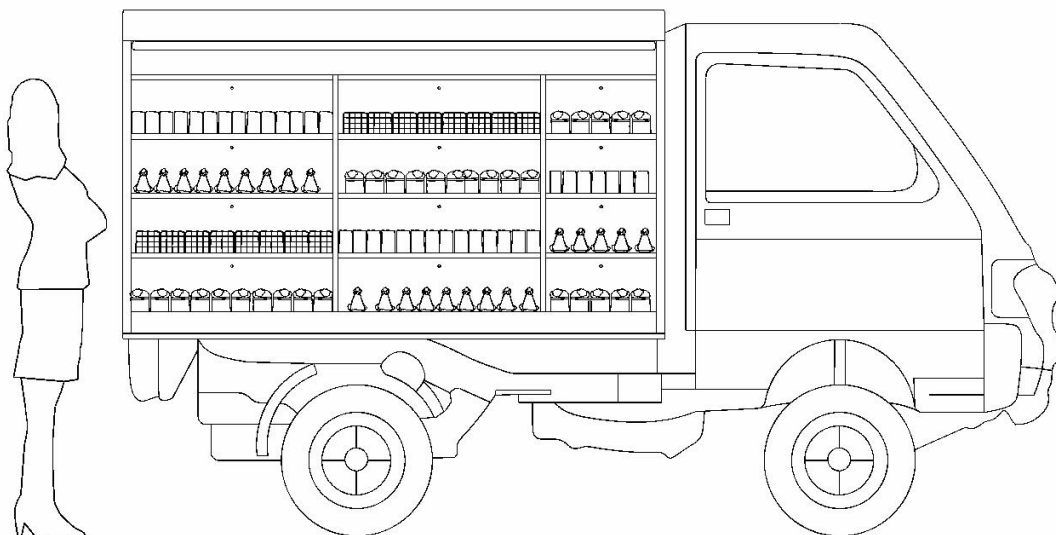
O interior foi projetado para albergar oito vitrines de tabuleiros expostas ao público, e ainda outras onze para reposição cujo acesso estava limitado ao funcionário. Estas vitrines respeitam os cuidados de conservação que os bolos necessitam, sendo algumas vitrines à temperatura ambiente, outras refrigeradas, e ainda espaço para uma vitrine aquecida. Esta vitrine aquecida foi equacionada para possibilitar que alguns bolos específicos sejam servidos a uma temperatura que se assemelhe a algo “saído do forno” como é costume ocorrer no seu lugar de origem (caso do *croissant* do Careca, ou de alguns pastéis de nata) (figura 74). No entanto as vitrines de reposição, que não estariam expostas, apenas contam com vitrines a temperatura ambiente e, outras, refrigeradas. Todo este cuidado com a temperatura de conservação deve-se ao facto de existirem bolos com cremes e frutas e que, se não forem refrigerados, começam a degradar-se (figura 75). Outros bolos, beneficiam mais de permanecer à temperatura ambiente para não se tornarem secos.



**Figura 74:** Frente de venda.

Fonte de autor.

Composta por oito vitrines, tendo elas 46 cm de comprimento 32cm de altura por 76cm de profundidade. Existindo o cuidado de permitir a entrada dos tabuleiros sendo que os tabuleiros standard tem (45cm de largura por 75cm de comprimento), e com altura superior ao tamanho máximo dos bolos (15 cm), de forma a que estes possam melhor ser expostos e visualizados pelos clientes, foi necessário dar esta altura de forma que para além da porta da vitrine, na sua parte superior possibilita-se a colocação (e troca) dos identificadores gráficos e textuais de cada produto.



**Figura 75:** Lateral de reposição.

Fonte de autor.

Na zona de reposição as vitrines assumiram outra configuração, sendo que não existia as mesmas preocupações de expor o produto como na frente de venda. Neste caso as vitrines foram dispostas de forma a conter o maior número, conseguindo assim um total de 12 vitrines de reposição.

Sendo este um projeto que pretende levar para a rua um costume tão típico alfacinha, como o de ir a uma pastelaria comer um bolo, seria fundamental manter a tradição de consumo dos produtos, possibilitando aos clientes a mesma experiência degustativa conseguida nos espaços físicos. Todas estas informações foram conseguidas em conversas com os proprietários das pastelarias e reforçadas pela observação *in loco* sobre a forma como o cliente gosta que lhes sirvam os bolos. Este trabalho de campo foi fundamental para melhor entender e concluir as questões que se colocavam.

O resumo que se apresenta neste concluir de capítulo pretende demonstrar o processo que levou as conclusões chegadas, permitindo acrescentar novas respostas a um projeto que até então apenas passava por uma ideia arquivada pelo *atelier*. O trabalho de campo foi fundamental para as conclusões, sendo o contacto com os profissionais das diferentes áreas, o método que permitiu o avanço no projeto.

## Conclusão

Como forma de fecho desta dissertação é relevante realçar que a permanência ao longo de seis meses no Estúdio de Design Pedrita, em Lisboa, permitiu ao aluno um crescimento pessoal e fundamentalmente de teor profissional – fazendo parte de uma equipa de *designers*, num dos mais bem-sucedidos estúdios de design nacionais, com provas dadas a nível internacional. Digno de nota é ainda a oportunidade e interesse demonstrado pelos responsáveis do estúdio em aceitar um estagiário oriundo da ESART-IPCB, uma instituição de que não tinham previamente recebido qualquer estagiário.

Os capítulos que formam este Relatório de Tese são pequenas parcelas de um corpus de trabalho de que Pedro Ferreira e Rita João, responsáveis do Estúdio Pedrita, se assumiram como responsáveis. Todas as tarefas realizadas foram fundamentais para a conclusão dos trabalhos que o estúdio ia aceitando.

Poder participar de trabalhos com equipas compostas por profissionais de diferentes áreas merece também destaque, sendo que o estúdio recorre a outros profissionais sempre que estes sejam necessários para o entendimento e acima de tudo para o sucesso dos seus projetos. Por isso tive o privilégio de contactar com profissionais músicos, engenheiros nas suas diferentes modalidades, e até mesmo artistas plásticos, caso do sendo o Alexandre Farto, um dos desses exemplos. Os resultados de muitos dos projetos são o reflexo de horas de reuniões e de discussões onde todas as ideias se aceitavam como válidas por forma a se encontrar o melhor caminho. Coube várias vezes ao estagiário fazer parte destas reuniões e ser a sua voz ouvida e registada pelos demais intervenientes nos processos.

Ter sido aluno de uma Escola Superior que valoriza tanto o trabalho prático e de aprendizagem de oficinas, tornou-se numa mais valia dado que o atelier possuía a sua própria oficina e, amiúde, era necessário recorrer a esta para executar partes dos projetos. Foram horas passadas nas instalações da oficina sendo responsável por toda a organização da mesma, bem como pela inventariação dos azulejos semi-industriais que esta continha, e que era a matéria prima para a concretização das peças mais encomendadas ao *atelier*, os painéis “Grão”. Esta tarefa foi atribuída desde os primeiros dias e confiadas pelos responsáveis, sendo que sempre que era necessário, o estagiário assumiu as funções responsabilizando-se pela organização do espaço. Trabalhar com estes azulejos foi de grande interesse sendo que foi o Pai do designer Pedro Ferreira, o senhor Joaquim Cortiço o responsável pela criação do espólio de larga escala deste tipo de azulejaria, sendo os seus filhos atualmente os donos. Sendo o estagiário um defensor do que se faz em Portugal, e podendo participar de projetos que enaltecem os valores e as tradições portuguesas foi sem dúvida uma grande oportunidade participar na realização de projetos desse tipo.

A participação no projeto Pavilhão (subcapítulo 3.4) foi dos grandes momentos da permanência em estúdio, sendo que ao longos dos seis meses foi possível observar e

acompanhar todas as suas fases – desde a participação em concurso até à execução, montagem e desmontagem. Numa instalação patente ao público ao longo de quase um mês, no Miradouro de Santo Amaro em Alcântara, no decorrer das festas de Lisboa e com o alto patrocínio da EGEAC. Sendo este um projeto que para a sua concretização foi necessário recorrer a horas laborais fora do estabelecido, mas que foram sempre realizadas com o maior empenho, sendo que era grande a vontade de ver tudo montado, respeitando todos os *timings* exigidos pela EGEAC.

Foi interessante verificar que a metodologia de trabalho do *atelier* era adaptável. Cada caso era tratado pela sua individualidade e afrontado de maneira distinta.

O *atelier* para além de desenvolver projetos para clientes, e com prazos estruturados e definidos, não esquece a área de estudo que é o *design*, e como *designers* que são os seus responsáveis, optam muitas vezes por desenvolver projetos do seu interesse e gosto, como é o caso do projeto Entrepasto – um projeto hipotizado pelos designers Pedro Ferreira e Rita João, mas que ainda não lhes tinha merecido a devida atenção. O Entrepasto tratou-se de um projeto proposto pelos designers Pedro Ferreira e Rita João ao estagiário como forma de melhor completar a sua dissertação. Inicialmente foi lançada a ideia, e explicado o que se pretendia, no entanto tudo estava em aberto. O resultado final a que se chegou, foi um passo que ainda não tinha sido dado pelo *atelier*. Apenas foi dado a entender que se pretendia criar uma unidade de revenda, podendo inicialmente esta ser móvel ou fixa, uma instalação de venda de bolos numa praça, ou até mesmo uma banca de centro comercial. Tudo seria possível. A forma ou o caminho que levaria ao estagiário a alcançar uma conclusão cabia a ele mesmo, sendo apenas pedido que semanalmente fossem sendo mostrados os avanços e as ideias que iam sendo alcançadas. Chegar à conclusão que esta unidade de revenda poderia ser móvel, e que os *street foods* seriam um bom alvo de pesquisa foram conclusões do estagiário com o acompanhamento do *atelier*, sendo que estes logo indicavam melhores exemplos, ou propunham visitas que deviam ser feitas. Este projeto não exclusivamente desenvolvido durante o tempo do estágio, sendo que foi posteriormente desenvolvido com orientação do Professor Doutor Pedro Oliveira, respeitando os pedidos e opiniões dos designers Pedro Ferreira e Rita João.

Visitar a empresa *Kiosque Street Food*, bem como o contacto com o seu proprietário Luís Rato, ou poder conversar com o João Baptista, escritor do Livro “Street Food & Food Trucks o Guia do Investidor”, e visitar e fotografar as melhores pastelarias de Lisboa, entrevistando os seus proprietários, bem como alguns Street Food’s estacionados na cidade de Lisboa, foram uma mais valia pessoal, ainda mais quando em Portugal são escassos os exemplos escritos nos assuntos que se tratavam. Sendo a intenção observar o que se faz em Portugal, e pode ser dito que outros países estão bem mais desenvolvidos ou abertos a este tipo de negócios do que o nosso país. No entanto e no meio dessas conversas puderam ser observados exemplos de negócios de grande interesse, sendo que o *design* dos seus veículos em muito se assemelha.



Em suma pretende esta dissertação ser uma compilação dos melhores projetos desenvolvidos em *atelier*, e em que o estagiário teve maior presença ou destaque, não desvalorizando outros apontamentos de menor valor, mas que foram essenciais para o estúdio. Poder ter participado de tarefas diversas, ter assistido a reuniões de trabalho, e assistir ao modo como os designers Pedro Ferreira e Rita João dialogam com os clientes, e apresentam os seus projetos, foram aprendizagem essenciais que levaram o estagiário a se definir como pessoa e acima de tudo como futuro *designer*. Acrescentando a todo o percurso académico já desenvolvido, novas formas de ver ou encarar projetos, em que uma complementa a outra, e acima de tudo ter aprendido que arriscar é fundamental, mesmo que o risco apenas leve à conclusão de que o resultado final não seria o pretendido. Todo o percurso desenvolvido ao longo do estágio foi uma forma de entender que por vezes vale mais o caminho percorrido que o destino a atingir.

Apresenta esta dissertação um carater inédito, sendo que falamos de estúdio onde até então nenhum aluno do Instituto, desenvolveu um estágio, possibilitando o interesse para que outros possam nele querer estagiar. Desenvolver um street food de venda de bolos Fabrico Próprio, é também inédito, sendo que não existe ainda em Portugal nenhum exemplar dedicado à venda desta tipologia de produto.

O projeto apresenta contributos para o ramo do fabrico próprio, sendo esta uma mais valia para a sua demonstração e exposição, levando para os grandes praças e ruas de Lisboa uma unidade de venda que serve de montra do melhor que é produzido nas pastelarias Lisboetas. Aproximando-se dos turistas, e permitindo que estes possam desfrutar deste costume tão típico, e passando a ser eles também um contributo para a divulgação do negócio, disseminando as qualidades dos produtos pelas suas redes de contacto. Serve também como um contributo científico, visto que o ramo do Street Food, apesar do seu crescimento, ainda apresenta poucos conteúdos escritos. Apresenta contributos na divulgação dos trabalhos desenvolvidos pelo atelier, mesmo sendo este um estúdio de *design* onde os trabalhos são divulgados pelo site, e por inúmeros artigos de revistas e blogs. Esta dissertação revela como os projetos do estúdio são desenvolvidos, explicando e refletindo sobre o seu processo e método de trabalho.



## Bibliografia

### Pastelaria Semi-Industrial Portuguesa

João, R & Ferreira, P & Duarte, F.(2012). *Fabrigo Próprio*. Lisboa: Edição de Autor

### Street Food em Portugal

Batista, J.(2015). *Street Food & Food Trucks*: Livros Ontem

## Webgrafia

(2017, setembro 26). Retrieved from Fabrigo próprio: [www.fabricoproprio.net/category/projecto-%C2%B7-project/](http://www.fabricoproprio.net/category/projecto-%C2%B7-project/)

(2017, setembro 26). Retrieved from Street food: <https://omirante.pt/semanario/2015-09-24/economia/2015-09-23-verso-move-do-cartaxo-fabrica-veiculos-para-venda-itinerante-de-comida-pronta>

(2017, novembro 15). Retrieved from Projetos: <http://www.egeac.pt/criar-lisboa-open-call-projetos-artisticos-festas-de-lisboa/>

(2017, novembro 15). Retrieved from Infood: <http://infood.com.br/um-pouco-da-historia-do-negocio-do-food-truck/>

( 2017, novembro 17). Retrieved from Kiosque Street Food: <http://www.kiosquestreetfood.com:>  
<http://www.kiosquestreetfood.com>

( 2017, dezembro 10 ). Retrieved from Parceiros: <http://pedrita.net/about>: <http://pedrita.net/about>

(2017, dezembro 11). Retrieved from Peugeot: <http://www.peugeot.com/en/news/the-peugeot-foodtruck-the-lion-launches-a-bistro>

(2017, dezembro 11). Retrieved from Piaggio: <http://www.foodtruckbdn.com/piaggio/porter-electrico>

( 2017, dezembro 15). Retrieved from Portfolio: <http://pedrita.net/portfolio/pavilhao/>)

(2017, dezembro 15). Retrieved from A Origem do Food Trucks:  
<http://www.andarilhosfoodtruck.com.br/news/origem-do-food-truck/>

(2017, dezembro 17). Retrieved from Bolas de Praia: <http://www.bolasdapraia.com/>

(2017, dezembro 19). Retrieved from A Cidade na Ponta dos Dedos:  
<http://acidadenapontadosdedos.com/2013/05/14/eletrico-28-e-pasteis-de-nata-conquistam-londres/>

(2018, Janeiro 21). Retrieved from Associação de Street Food Portugal: <http://www.streetfoodportugal.pt/>

(2018, janeiro 21). Retrieved from Food Truck Total: <http://www.foodtrucktotal.com/#!historia-dos-food-trucks/cjg9>

Aguiar, A. C. (2017, Fevereiro 16). Retrieved from Super Interessante :  
<http://super.abril.com.br/blogs/historia-sem-fim/food-truck-saiba-como-surgiu-essa-moda/>

Lab, P. D. (2018, janeiro 21). Retrieved from Peugeot: <http://www.peugeot.com/en/news/the-peugeot-foodtruck-the-lion-launches-a-bistro>

Lopes, R. (2018, Janeiro 21). Retrieved from Plano Brasil: <http://www.planobrazil.com/exercito-brasileiro-recebe-dez-cozinhas-de-campanha-padrao-otan-fabricadas-na-espanha/>

*Pinterest*. (2018, Janeiro 21). Retrieved from <https://pt.pinterest.com/pin/307370743297935342/>

## Anexos



# 1. Ficha de Pastelaria

## 1.1 Pastelaria Sequeira

### Entrepósito

### Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria Sequeira  
Morada Avenida da República - 116 - Avenida Duque D'Avila  
Nº Telefone 21 3 140 749 / www.pastelaria-sequeira.com  
Especialidade da Casa Suaveolado, gelado de chocolate / Caribaldi / São Marcos  
Marca do Café Chamo D'Avila  
Fecho Semanal Domingo  
Funcionamento da Pastelaria 5 manhãs por semana 2 horas de tarde  
Horário Público Até às 12h e até às 20h00. A partir das 17h  
História/Curiosidades 1917 / A casa fundada em 1902 em Bragança, depois para a  
depois, inicialmente de leite. Funcionavam com 30 anos / Pó de Amêijoas  
500 Kg de leite em um ano de leite. todo o mundo e de de leite em  
S. João

### Ambientes

Revestimentos Madeira de Nogueira e Oliveira / Paredes em Azulejo  
em Azulejo Branco, Paredes em Azulejo Branco / Paredes em Azulejo  
Equipamentos Balcão de Azulejo Branco, Paredes em Azulejo  
Muros / Paredes / Vitruvianas / Grelhas  
Cores Verde, Branco, Amarelo, Azul, Verde, Branco  
Iluminação Spot na teto, luzes de parede, luzes nas paredes, luzes nas paredes  
Balcão Balcão de Azulejo Branco, Paredes em Azulejo  
Vitrinas Vitrinas com vidro de 4 metros  
Esplanada Existe Esplanada: 12 lugares  
Sem Muro / Faz publicidade com as tabelas

### Produtos

Variedade de Bolos Doce, Pão, Bolo, Falso, Grelha, Amêijoas, Bolo, Bolo de Leite, Bolo  
Doce, São Marcos, Pão, Bolo, Falso, Grelha, Amêijoas, Bolo, Bolo de Leite, Bolo  
Quantidade + 12 de cada dos mais tradicionais / Mais Bolos de Leite, Bolo de Leite  
as miniaturas são mais 12  
Qualidade Bolos de Apresentação como de produto  
Sortidos Sortidos de chocolate e de leite  
Bolos de Casamento Bolo de Leite  
A simplicidade dos produtos de S. João

### Comunicação

Logo Logo própria  
Letreiro Letreiro em Neon Self Service  
Loja Loja própria  
Fardas Existência de farda simples, fardas de trabalho e fardas de trabalho  
Guardanapos Branco, Amarelo, Verde, Azul, Branco  
Caixas/Embalagens Sim / Não consigo

Taxa de transporte / Bolo de Leite da Paredes da República / 750 / 450  
→ fardas



## 1.2. Pastelaria Namur

## Entrepasto

## Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria Namur.  
 Morada Av. Defensores do Chamo N.º 54 D.  
 Nº Telefone 217 975033.  
 Especialidade da Casa  
 Marca do Café Chamo D. Clara.  
 Fecho Semanal Não  
 Funcionamento da Pastelaria 5 e meio de manhã  
 Horário Público das 7 da manhã às 23:00 Horas.  
 História/Curiósidades  
Fazem mais um menu a 50 cimas.  
Servem Refeições / Receitas do  
Sede.

## Ambientes

Revestimentos tudo em caixotões em madeira e peças embutidas / calhaus / pilares em  
marmore. Deão com desenhos nas quadrículas. Paredes Brancas.  
 Equipamentos Foras / Cadeiras / Mesas altas / Máquina de café / Espumador de leite.  
Máquina de fazer.  
 Cores Azul - Branco / tons terra / Madeira pintada escura.  
 Iluminação Peças embutidas / Candeeiros de teto branco sobre a vitrina / vitrinas iluminadas.  
 Balcão Balcão de 3 lados + zona de Balcão de pagamento.  
 Vitrinas + vitrinas grandes nas três lados.  
 Esplanada sem esplanada.  
tem madeira para a Rua com Bolas verdes como decoração.

## Produtos

Variedade de Bolos Mel Falso / Jamón / Bolo de Berlim / Bolo de Udo / Bolo / eschondos / Perumich.  
duchens / Polmich / Natas / Quindim / Pão de Dama / Indiano.  
 Quantidade

Qualidade Aparente Boa qualidade.  
 Sortidos Sortidos de Bolos, doces, Bolo de  
 Bolos de Casamento Aparente Bolos de Festa e Intimos.

## Comunicação

Logo Existência do logo.  
 Letreiro Existência de Letreiro / Não / só existe na Entrada.  
 Loça Loça com o Logo da Pastelaria.  
 Fardas Existência de fardas / Café / o Café de Halla azul, camisa branca e placo azul.  
 Guardanapos Suporte de Guardanapos / Não / Guardanapos Brancos Simples.  
 Caixas/Embalagens

Marcas / Vigan / Campal / Ocal /



## 1.4. Pastelaria Versailles

**Entrepasto**

Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria Versailles  
 Morada Avenida da República 15A  
 Nº Telefone 213546340  
 Especialidade da Casa Pão de Nata  
 Marca do Café Camela  
 Fecho Semanal  
 Funcionamento da Pastelaria  
 Horário Público  
 História/Curiosidades

**Ambientes**

Revestimentos

Equipamentos

Cores Vermelho das paredes / o Cordeiro verde das Rochas / O Chão de madeira / Espelhos / Gaiolas  
 Iluminação Condiciona de teto de Gaiolas / Vitruvianas com led / Espelhos com led  
 Balcão Balcão cheio tem mais de 15 m com vitruvina / e ainda Balcão sem vitruvina  
 Vitruvianas Iluminadas de led  
 Esplanada Encontro Coberto Por toldo. 24 lugares sentados!

**Produtos**

Variedade de Bolos Amêijoas / Gazeiros / Pão de Nata / Mucalinos / Palmiers / Gansos / Queijos / Discos  
Bolo de Bolim / Bolo / Pão de Nata / Bolo de Nata  
 Quantidade  
 Qualidade Qual em apresentação como qualidade do produto  
 Sortidos Sortidos de Bolim / Bolo novo  
 Bolos de Casamento

**Comunicação**

Logo Existência de logo  
 Letreiro Sem letreiro em Neon  
 Loça Vista Alça / danças praticada Casa de Vozes e Fantasia Verde  
 Fardas Existência de Fardas. Calças Vermelha, e laca Vermelha, Calças brancas, Camiseta branca  
 Guardanapos Guardanapos Brancos, Guardanapos Brancos  
 Caixas/Embalagens sem embalagem



## 1.5. Pastelaria Arabesco

### Entrepasto

### Ficha de Pastelaria

Nome Anabereca  
Morada Entrada do Bunko  
Nº Telefone 217 783 344  
Especialidade da Casa Não tem especialidade da casa.  
Marca do Café Delta  
Fecho Semanal Não fecha  
Funcionamento da Pastelaria ↑  
Horário Público 7h00 a 21h00  
História/Curiosidades Dando 1969 -> 47 -> 2011 sofreu remodelação de espaço.

### Ambientes

Revestimentos Sofreu remodelação em 2011. Aplicações, teto perfurado sobre o balcão.  
Equipamentos Mesas / Cadeiras / Cadeiras / Balcão / Balcão que serve de zona de refecção.  
Máquina de Expressar Sumos / Máquina de venda de tabaco /  
Cores Apresentam cores / Cor-de-rosa / Cor-de-rosa / Verde  
Iluminação Para além das lâmpadas reguladoras de Balcão tem candeeiros de teto. Iluminação genérica, mas, em pontos de teto.  
Balcão Balcão sem vitrine, zona de refecção - cerca de 4m  
Vitrinas Cerca de 5m de vitrina / e outra parte com mais 2m.  
Esplanada Grande Esplanada Exterior - / 44 lugares.  
alguns sentados. 26 / 4 ao balcão. Prevenção da água. / Vento /

### Produtos

Variedade de Bolos Indianas / Choclate / Bolo de Aniversário / Traves / Manteiga / Balmier / Bolo de Bolo  
Queques / Bolo de Deus / Caracal / Bolo de Uzeda / Bolo / Balmier / Bolo de Bolo / Bolo de Bolo / Bolo de Bolo  
Quantidade Anúncios apresentam uma média de 6 bala de cada. Bolo de Bolo / Bolo de Bolo / Bolo de Bolo  
Qualidade Aparentam qualidade e quantidade de exposição.  
Sortidos Sentados de bala de bala. Bala de bala de bala.  
Bolos de Casamento Bolos de bala.

### Comunicação

Logo Prevenção de água.  
Letreiro Não tem letreiro em vidro / Apresenta grande letreiro exterior.  
Loiça Loiça Delta  
Fardas Fardas pretas e brancas / Cabelo preto, cabelo preto, cabelo preto, cabelo preto.  
Guardanapos Bolo Guardanapos Verde. Bolo Guardanapos Verde.  
Caixas/Embalagens Sem tampa e com luz e fechadura para luz de entrada.

Logo de Anabereca  
Logo de Anabereca

## 1.6. Pastelaria Califa

**Entrepasto**

## Ficha de Pastelaria

Nome Califa / Uma das tradições  
 Morada Sr. Domingos Bompica / Friburgo de Bompica  
 Nº Telefone 217 785 030 / califa@califa.com.pt  
 Especialidade da Casa Duchini / Pastel de Nata  
 Marca do Café \_\_\_\_\_  
 Fecho Semanal \_\_\_\_\_  
 Funcionamento da Pastelaria \_\_\_\_\_  
 Horário Público \_\_\_\_\_  
 História/Curiosidades \_\_\_\_\_

**Ambientes**

Revestimentos Telas perfuradas em madeira com flocos embutidos, pilares revestidos em granito, bem como o chão. Azulejos negros na parede do balcão zonas decoradas com azulejos em Equipamentos Mesas, cadeiras, tapetes com amêndoas, tapetes de borda floridos, vasos de cerâmica, um espaço quente.  
 Cores tons pastéis, castanhos, esverdeados, cores esbatidas.  
 Iluminação Teia tem flocos embutidos, e lanternas em caixas de madeira / vitrina totalmente iluminada em led.  
 Balcão Apresenta Balcão de pagamento, Balcão de água Vitalis e Temporal com cerca de 3 m.  
 Vitrinas Vitrinas, logo na entrada uma grande vitrina em frente com cerca de 5 m.  
 Esplanada Sem com esplanada e 36 lugares.  
24 lugares reservados para a Pastelaria. / Balcão de garrafas de Vidra Vitalis.

**Produtos**

Variedade de Bolos Indiano / Bolo / Brioche / Bolo de Berlim / Garrafas / Queijos / Madalenas / Nata  
Pastel de Chouros / Duchini.  
 Quantidade \_\_\_\_\_

Qualidade Os bolos apresentam grande qualidade, e requinto na apresentação.

Sortidos \_\_\_\_\_

Bolos de Casamento \_\_\_\_\_

**Comunicação**

Logo tem logo.  
 Letreiro Não tem letreiro Neon, mas há-se a apresentar no grande exterior exterior.  
 Loça Loça da casa Alentejo / com logo Califa.  
 Fardas Farda simples, em tons pastéis, topas de igual / Califa central, com emblema.  
 Guardanapos Guardanapos com logo Califa.  
 Caixas/Embalagens em caixas.

Cuidado no serviço de mesa, fomento em log.

**Califa**



## 1.7. Pastelaria A Carripana

### Entrepósito

### Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria A Carripana  
Morada 217153448  
Nº Telefone Alameda da Cruz N.º 7B  
Especialidade da Casa Não tem  
Marca do Café Café Christina  
Fecho Semanal Não tem  
Funcionamento da Pastelaria Não tem a fábrica a produzir, mas de fora  
Horário Público 5 Junho a 24h00  
História/Curiosidades

### Ambientes

Revestimentos Papel de Parede, Plástico, Cabelos, camuflagem de papel em flores, chão de granito, madeira e laje.  
Equipamentos Máquina e Cadeiras, Máquina de tabaco. Área refrigerante. Sumos mas não natural.  
Cores Roxo, lilás, amarelo, em choque com a cor do chão, as paredes e flores verde, laranja.  
Iluminação Faça embutidos, na teta.  
Balcão Balcão sem vitrina área de 2 metros.  
Vitrinas Área de 4 metros de balcão em vitrina.  
Esplanada Sem esplanada.

### Produtos

Variedade de Bolos Bolo de Anjo, Bolo de Deus, Queijada, Urtiga, Guardanapo, Chocalho, mel, pão, flocos, Não aparecem, guardanapo, chocalho e queijada. Bolo de Bolo, tranças.  
Quantidade Bolo de Deus, 36 a 40 porções de bolo.

### Qualidade

#### Sortidos

Bolos de Casamento Não, mas bolos de festa.  
Menu Para a Rua, Mas pouco cuidada.

### Comunicação

Logo Logo simples com base no Urtiga.  
Letreiro Sem letreiro de Neon, Mas com a nome na Internet em Vitrina.  
Loja Loja com a marca de café.  
Fardas A única roupa que se destaca são as fardas verdes.  
Guardanapos Guardanapos brancos, papéis da marca de café.  
Caixas/Embalagens As caixas não são brancas.



## 1.8. Pastelaria Nilo

**Entrepasto**

Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria Nilo  
 Morada Entrada de Benfica  
 Nº Telefone \_\_\_\_\_  
 Especialidade da Casa Pastel de Feijão  
 Marca do Café Dalla  
 Fecho Semanal \_\_\_\_\_  
 Funcionamento da Pastelaria \_\_\_\_\_  
 Horário Público \_\_\_\_\_  
 História/Curiosidades Desde 1962

**Ambientes**

Revestimentos Chão, bñ, fôrta e uncho cam madeira, de género ilva de Laga, Calcanço mojado de fôrta agulheta, fôrta verde (costado verde azul) mancha verde em fôrta verde, acustica. Haveria para fôrta de Balcão  
 Equipamentos Haveria, cadeiras, máquina de fôrta, Balcão de pagamento.

Cores Bñ, creme, madeira, agulha verde azul e costado, e o chão mojado, bñ e verde.  
 Iluminação Fôrta quadrada na fôrta.  
 Balcão Balcão de pagamento fôrta e fôrta.  
 Vitrinas Na campanha de fôrta toda a fôrta.  
 Esplanada Existe Esplanada. / 32 lugares sentados.  
60 lugares sentados.

**Produtos**

Variedade de Bolos Palmeira, simples, rechamado, Bolo de Berlim, Pastel de Nata, de Feijão, Caracal, Grausman, de fôrta, Bolo de Anjo.  
 Quantidade \_\_\_\_\_

Qualidade Sim

Sortidos \_\_\_\_\_

Bolos de Casamento Existem Bolo de fôrta e de fôrta.

**Comunicação**

Logo Existe Logo.

Letreiro Existe Letreiro em Nilon na Interior da Pastelaria.

Loiça Chavanas cam a marca Dalla.

Fardas Existem de fôrta, Calcanço fôrta e acustica, Camisa branca e malha verde escura. Dalla

Guardanapos Guardanapos Brancos Simples / Superfície da mesa fôrta. Lavar na cozinha.

Caixas/Embalagens \_\_\_\_\_



## 1.9. Confeitaria Nacional

### Entrepósito

### Ficha de Pastelaria

Nome Confeitaria Nacional / Per Baltazar Cardalino  
Morada Prac. da Pádua, N.º 18 C.  
N.º Telefone \_\_\_\_\_  
Especialidade da Casa Pão de Rei / Pão de Ló  
Marca do Café Delta / Mas com receita própria de café  
Fecho Semanal Sábado 1 e 25 Maio  
Funcionamento da Pastelaria Fabrica no Fabrica Condição  
Horário Público Das 9h00 às 18h00, Segunda a Sexta  
História/Curiosidades Fundada em 1829.  
Pão de Rei primeiro pão em Portugal. tem uma receita da Rainha de Espanha. 3 modélos  
de Amênia

### Ambientes → Pastelaria e loja / Arquitetura

Revestimentos Chão de mármore, paredes de madeira, teto de madeira.  
detalhes em madeira, pormenores em madeira, cantos de madeira.

Equipamentos Equipamentos de cozinha, equipamentos de pastelaria, equipamentos de confeitaria.

Cores O vermelho da parede, o branco, o preto e o verde.

Iluminação Iluminação quente em todas as pastelarias/armazéns, iluminação de fundo, iluminação vitrinas.

Balcão Balcão de madeira.

Vitrinas Vitrinas de madeira / vidro.

Esplanada Sem esplanada.

### Produtos

Variedade de Bolos Pão de Anjo, Pão de Ló, receita de casa, Garrafas, Choclate / Indulgência

Quantidade Mais duas, de fruta e chocolate, Pão de Anjo, receita de casa, Garrafas, Choclate / Indulgência  
Pão de Ló 1 tonelada de Pão de Rei. 200 mil unidades de mais.

Qualidade Alta qualidade

Sortidos Sortidos de Madeira / Amênia / Chocolate e anjo.

Bolos de Casamento Fabricam bolos e doces.

### Comunicação

Logo

Leteiro

Loiça Loiça branca e de cor verde / Delta.

Fardas Fardas de cor branca, de cor vermelha, de cor preta e de cor verde.

Guardanapos Guardanapos brancos com superfície metálica sem marca.

Caixas/Embalagens

além dos produtos.

## 1.10. Pastelaria Tim-Tim

## Entrepasto

## Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria Tim-Tim  
 Morada Avenida 5 de Outubro 113 A/B 1050-052 Lisboa  
 Nº Telefone 21 797 82 13  
 Especialidade da Casa Queijado tim-tim - Queijado com base de fruta cristalizada / massa  
 Marca do Café Candelas  
 Fecho Semanal Terças e Feiras  
 Funcionamento da Pastelaria 2 meses de manhã / Meio dia  
 Horário Público 5 dias 2h30  
 História/Curiosidades Desde 1962. / Destaque para o Sembrando grande afiliação  
1º em telefonia pública

Ambientes → Uma típica Pastelaria de Rua

Revestimentos Chão de mármore em tons de bege e branco, que se sobe para as paredes finalizando com madeira, e restante branco. Teto branco com de fundo em madeira clara.  
 Equipamentos Refr. e cozedor, - area Alé, máquina de tabaco - Frasear de Bunsen.  
 Cores Não há nenhuma cor de decoração.  
 Iluminação A máquina elétrica arruma, destaque, bem como as brancas e as vitrinas de vidro e madeira.  
 Balcão Iluminação mas produzida por luz de balcão para substituir. Teto substituído em todo o esp.  
 Vitrinas Com apontamento de madeira / Vitrinas refrigeradas. Balcão sem vitrina - grande Paineira.  
 Esplanada Quase na totalidade da balcão. 6 unidades de 1,40 - / Balcão 2m.  
 Montagem → Existência de Esplanada para 5 de Outubro.  
Montagem em todas as 5 semanas. 2 dias de queijado de balcão / Montagem B! Alé.  
24 lugares recheados doces / 24 lugares Esplanada.  
 Produtos Sapores → Cerveja: Círculo.

Variedade de Bolos Queijado tim-tim. Mel-folha, Bolo de Berlim, Doces, pastéis.  
 Quantidade Mais 100 doces em doces. Haveria mais variedade. Doces finos, de ovos.  
Garrafas, Pontas de Nada - Mais de 50 doces

Qualidade Sim pastelaria de qualidade.

Sortidos Sobrados de bolachas.

Bolos de Casamento Sim / Bolo de Fada.

75 cm x 4 em tabuleiro

## Comunicação

Logo Imagens da Tim-Tim em linha.  
 Letreiro Destaque esta na entrada  
 Loça Sim / Marca fundo branco com foto azul  
 Fardas Existem em doces.  
 Guardanapos Sim / Branco / Toda Guardanapos B!  
 Caixas/Embalagens Existência de Embalagens com a loja, doces, email, e telefone.



## 1.11. Pastelaria Açúcar e Canela

### Entrepasto

### Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria Açúcar e Canela / Dividida em zona de Refeições e Pastelaria.  
Morada \_\_\_\_\_  
Nº Telefone 213 555 445  
Especialidade da Casa Bolo de Fada / Tarte  
Marca do Café Capa  
Fecho Semanal Não tem fecho Semanal  
Funcionamento da Pastelaria Abre 3 dias por semana, sai às 14h00  
Horário Público 6 dias por semana às 6 da manhã  
História/Curiosidades  
Abriu a 4 anos

### Ambientes

→ Ambiente recente, uma linguagem mais contemporânea.  
Revestimentos Grandes Vitrines, tecto com luzes diferentes abrigos, acústica e espelhos.  
Paredes texturizadas, revestido de pedras de granito esverdeado. Paredes com mármore cinza. Chão de Vinho da Gama  
Equipamentos Mesas, Cadeiras, Zona de jogos, Santa Casa, Máquina de Café, Máquina  
intermediária de pagamento.  
Cores Verde / Branca / Cinza / Beis.  
Iluminação Candelabros de teto sobre o balcão com luz led. Focos embutidos no tecto e no chão, um único  
Balcão Balcão em U para zona de pagamento com zona de jogos de pagamento  
Vitrinas Acumula-se o balcão as vitrines estão abertas no U 2 vitrines de 2m e meio.  
Esplanada Não tem esplanada / No entanto existe uma zona para a Rua, com uma  
mesa e 20 Sufor Bar, Cerveja / Leite, Açúcar, Canela, Sumos, Caprisal, refrigeradora.  
Lugares sentados na zona de Pastelaria 24.

### Produtos

Variedade de Bolos Bolo de Anjo, Bolo de Berlim, de Chocolate, Gâteaux de chocolate de ovos, Biscoitos  
de leite, bolachitas, Pão de Uva, Churros / Nata, Pão de Deus / Gâteaux simpl.  
Quantidade A quantidade, varia semanalmente, variam dias de semana, por hora  
tudo a capacidade.  
Qualidade 1 Divisão → alguns crimes fazem por de fora e não fazem totalmente.  
Sortidos \_\_\_\_\_  
Bolos de Casamento Bolo de Fada / Bolo Minúsculo

### Comunicação

Logo Existência de logo / a floor.  
Letreiro Não existe letreiro em Neon / Mas a informação de loja é visual mas cartazes interiores.  
Loja Loja com a marca de Capa.  
Fardas Existência de fardas - Camisa Branca com detalhes verde, Calças pretas, avental cor-de-rosa.  
Guardanapos Guardanapos com referência ao logo. Com a frase, Bom Apetite.  
Caixas/Embalagens As caixas tem presente a loja, bem como a folha de embalar.



## 1.12. Pastelaria Castália

## Entrepasto

## Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria Salão de chá Castália.  
 Morada Alameda Reis.  
 Nº Telefone 215 897 090  
 Especialidade da Casa Muffins / Pastel de Nata.  
 Marca do Café Delta.  
 Fecho Semanal Sábado.  
 Funcionamento da Pastelaria 8h00 as 20h00 semana + Domingo 8h00 as 19h00  
 Horário Público 5h00 as 13h30 - horário da Pastelaria.  
 História/Curiosidades

## Ambientes

Revestimentos Chão de gulejo br., paredes clareadas em gulejo faixa de madeira e papel de parede.  
 Equipamentos Mesas, Cadeiras. / Diferença de máquina de café, expendedor de bebidas.  
 Cores Cartões, mas gulejos de fundo / Papel de Parede Preto / Branco e Bordeaux tintos.  
 Iluminação Vitrines iluminadas em azul, faixas de teto pequenas sobre a vitrina / luzes embutidas.  
 Balcão Balcão sem vitrina na Parede da Imagem. / Mesas de madeira  
 Vitrinas Vitrines largas / totalidade da loja Mesas de madeira 4,30m por 2m.  
 Esplanada Sem esplanada  
 20 lugares sentadas. / Mantém para a Pneu com o local principal. Muffins.

## Produtos

Variedade de Bolos Bolos de Berlim, Pão de Deus, Bolo Bocado, Pastel de Nata, Muffins, Choccy, Gaseas Simples, de chocolate, de azeit, Chuques, Caracal,  
 Quantidade Amarelo quando todo de Pão de Deus são os muffins, ocupam grande parte da vitrina.  
 Qualidade Grega de 100 muffins exposto. Sendo um dos produtos que mais vende.  
 Sortidos Aparecem cores diferentes mas cremas.  
 Bolos de Casamento Fatia - Bolos de Fatia.

## Comunicação

Logo Salão de chá / Simples sem marca  
 Letreiro Sem letreiro de neon / Letreiro em gulejo Painel interior.  
 Loça Chavanas Delta.  
 Fardas - Sem Farda / Empregadas de Amarelo Preto, sem qualquer expressão.  
 Guardanapos Suaves Amarelo e Suma. Guardanapos brancos sem expressão.  
 Caixas/Embalagens Caixas brancas simples sem qualquer expressão.



### 1.13. Pastelaria Careca

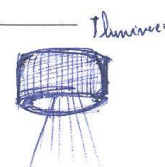
## Entrepósito

## Ficha de Pastelaria

Nome Pastelaria Careca  
Morada Rua Doutor Rubeo Pereira, 11 D.  
Nº Telefone 213 010 987  
Especialidade da Casa Gaivancas  
Marca do Café A Capetina  
Fecho Semanal Terça Feita  
Funcionamento da Pastelaria  
Horário Público

### História/Curiosidades

Aberta desde 1954



### Ambientes

Revestimentos Paredes revestidas com gesso, algumas peças de azulejo, algumas também, Orelhas e maiaranturaminto envidraçada / todo envidraçado. Lugares de esta miniatura.  
Equipamentos Máquina / Cadeiras / Balcão para pagamento. / Máquina de café / Pagamento com cartão  
Cores Marmores Br / Tetas Brancas / Canga escura na tampa das máquinas.  
Iluminação Iluminação de luz na Balcão / Iluminação de teto / Luzes sucatandoy  
Balcão Balcão de pagamento Redondo, e uma outra parte de Balcão linear com +- 3 metros.  
Vitrinas 2 Zonas de Vitrinas cada uma com +- 4 metros.  
Esplanada Existência de Esplanada, dos lugares mais agradáveis. 24 lugares.  
20 lugares exteriores / 10 lugares nas zonas de encaixa.

### Produtos

Variedade de Bolos Pão de Ló / Gaivancas / Semitas / Palmieiros / Caracóis / Bolo / Bolo de Bolim /  
Quantidade Na maioria 6 de cada / Com as tabelas de Gaivancas.  
Qualidade O Gaivancas é excelente.  
Sortidos Sem Sortido Original. / Bolo Seco.  
Bolos de Casamento Não tem Bolo de festa.

### Comunicação

Logo Não existe logo / só existe o nome.  
Letreiro Sem Letreiro Neon  
Loiça Loiça de Marca de Café.  
Fardas Existem fardas com camisas que são de cor azul, algumas camisas malhadas, azul escura.  
Guardanapos Guardanapos de Café / Guardanapos de Bolo Seco.  
Caixas/Embalagens Caixas Simples, mas com fecho de encaixe. Com Nome de

Pastelaria.  
Sem sortidos Por sorte / Sem atendimento ao mesa / só o atendimento.



## 2. Ficha de Street Food

### 2.1. Pastel de Chaves

#### Entrepósito

#### Ficha do Street Food

Nome *Pastel de Chaves / O Pastel Valtou a Rua.* *Peça Baking. Street Food Case for Tumbler.*  
Morada  
Nº Telefone  
O que vende? *Pastel de Chaves / Variedades doces e salgadas e assadas.* *Agua / Limpa.*  
Dias abertos por semana? *Segunda a Sexta.*  
Onde costuma estacionar? *Normalmente Grande Loja.* *Café / Doce - Gato.*  
História/Curiosidades  
*Abriam em Funchal.*

#### Ambientes

Tipo de veículo *Van 50*  
Cores *Salmon e Branco*  
Balcão/atendimento *Mesa Redonda Formica Branca*  
Iluminação *Iluminação de teto. Não separamos a iluminação e a fonecia.*  
Esplanada *Uma mesa pequena e 2 lugares sentados.*  
Arrumos *Fornecedores de 4 sabores. Dão a vontade. Dão troco e troco troco.*  
Forma de preparar as refeições? *tem uma pequena friteira para cozer e refazer.*  
*tem Utensílios.*  
Caixotes do Lixo *Não tem.*

#### Materiais

Interação com o Público *Existe um tipo de Relação artificial com o público e a relação com os outros. A relação na interação.*  
*Sistema de Inovação Online / tem um pequeno sistema de Reciclagem e água a Cozida.*

#### Comunicação

Logo *Existe Logo.*  
Letreiro  
Packjaging *Existe Packjaging, para dentro do Pastel.*  
Fardas *Armadilha. O cliente com a cara malhada. Interação do fardado.*  
Guardanapos  
Caixas/Embalagens *Fazem Caixa de Pastel.*

*Existe um veículo de Apoio para o transporte dos materiais existentes.*



*Não temos STREET FOOD.*

*Um modelo de Balcão.*



## 2.2. Bagel&amp;Company

## Entrepósito

## Ficha do Street Food

Inês / Influenciadora

Nome Bagel & Company / # Bagel Lameira

Morada Alameda

Nº Telefone 967 475 424 / 967 475 425

O que vende? Bagels / Sushis / Donuts / Cakes / Puffs / Muffins

Dias abertos por semana? Tudo de Segunda a Sexta

Onde costuma estacionar? Região gourmet da zona

História/Curiosidades Desde 2015 Follow Me Bagel

**Ambientes** Interseção da Avenida Interiores - Periferia da Zona da Zona da Zona

Tipo de veículo Atacadista / Interseção da Zona da Zona

Cores Branco / Azul

Balcão/atendimento duas pessoas / Zona da Zona

Iluminação duas pessoas / Zona da Zona

Esplanada duas pessoas / Zona da Zona

Arrumos Arrumos Interiores / Arrumos Interiores

Forma de preparar as refeições? Tudo o que é preparado no interior, no local, dentro da cozinha

Caixotes do Lixo Não tem caixote exterior

Materiais Fabrica

Interação com o Público Bagel & Company e tem a influência por influência

**Comunicação**

Logo Logo

Letreiro Publicidade em toda a cidade

Packjaging Logo

Fardas Fardas / Fardas / Fardas / Fardas / Fardas / Fardas / Fardas / Fardas

Guardanapos Guardanapos / Guardanapos / Guardanapos / Guardanapos / Guardanapos / Guardanapos / Guardanapos / Guardanapos

Caixas/Embalagens Caixas / Embalagens / Embalagens / Embalagens / Embalagens / Embalagens / Embalagens / Embalagens

Dois Zonas de Serviço e for top a Zona de Interiores / Zona

Quem quer ver food

## 2.3. A Pizzaria

### Entrepósito

### Ficha do Street Food

Nome *Kiariús Kalács*  
Morada  
Nº Telefone  
O que vende? *Kiariús / Kebab / Hot Dog / Gouger / Cusca Caba / Dalia Caba* → *Moqueim*  
Dias abertos por semana? *S. e domingo* → *Requiem*  
Onde costuma estacionar? *Alameda / Praça / Lisboa* → *Costa da Orelha*  
História/Curiosidades

### Ambientes

→ *Vinda no Interior / Enfeitado no Interior.*  
Tipo de veículo *Motocicleta*  
Cores *Amarelo / Verde / Branco / Preto / Azul / Vermelho / Laranja*  
Balcão/atendimento *Existe um pequeno Balcão de atendimento*  
Iluminação *Por cima da porta de entrada, existem duas luzes amarelas.*  
Esplanada *Existe Esplanada, 4 mesas, 16 cadeiras, duas cadeiras de plástico.*  
Arrumos *tudo Amarelo, Imagem de um Restaurante.*  
Forma de preparar as refeições? *Preparado no Interior / Com cozinha e esplanada.*  
Caixotes do Lixo *Existe um Moqueim e um de Branco.*  
Materiais *Existe.*  
Interação com o Público *→ Exite esplanada que atrai o público.*

### Comunicação

Logo *Existe.*  
Letreiro  
Packaging *Seu Packaging, Sabor em Preto Branco.*  
Fardas *Existe / Preto Branco, Preto Amarelo, Preto Branco.*  
Guardanapos *Guardanapos em Preto com um toque amarelo.*  
Caixas/Embalagens

*Infração Calada Na Cozinha / Moqueim Recheado /*  
*Uma Zona de Serviços / Partes trapeiras e janelas no andar lateral.*  
*Energia fornecida no espaço.*  
*Existe do Acervo Moderno.* | *Kiasque Street.* |

## 2.4. Kurtus Kelocks

A Classificação do Food e Zona que vende para abastecer o espaço. Apesar das duas fontes de abastecimento superiores, o do Food é a mais próxima de Serviço.

**Entrepasto**

Um Street Food

Ficha do Street Food

Nome	A Pizzaria Street Food
Morada	Praça da Pedra - São Miguel Arcanjo
Nº Telefone	968 570 172 / a.pizzariastreetfood.pt
O que vende?	Pizzas. Vende de Pão com chouriço, no Sabor da Pedra.
Dias abertos por semana?	Fechos a Segunda e Vão a alguns Festas - Santa Cruz.
Onde costuma estacionar?	Praça da Pedra.
História/Curiosidades	Conhece a 20 anos a 18. um amigo que trouxe o conceito de Food, me trouxe esta experiência com o negócio e eu fui empurrar. Sou do primeiro Dado Food em Portugal. Globalmente foi experimentado no Porto.
Ambientes	Sendo que se foi remodelado.
Tipo de veículo	Atrelada.
Cores	Laranja, Branco.
Balcão/atendimento	Não tem, Abre um dos Portões hidráulicos.
Iluminação	Focos / Affliging, Led.
Esplanada	Sem esplanada.
Arrumos	Sem e alguns de cima.
Forma de preparar as refeições?	O Atrelada tem um pequeno forno, e um balcão com aquecimento onde se prepara.
Caixotes do Lixo	Não tem.
Materiais	Tela. / Andam a andar amarrados os materiais.
Interação com o Público	→ Atendimento mais personalizado, um dele ajuda os clientes desde que não demore cerca de 10 minutos. O outro funcionário prepara os pedidos.
Comunicação	
Logo	Existência de logo com o nome. / referência a um animal que a sua
Letreiro	Não tem.
Packjaging	Existência em grande parte, seguindo o Food.
Fardas	Sem existência de Farda.
Guardanapos	Sem Guardanapos Simples.
Caixas/Embalagens	Não tem.

A → Na casa das Festividades do Bom Jesus da Pedra vendem Pão com chouriço, ou misto com queijo dos Açores até chegar ao final de seu menu. Pão de milho também vendem regularmente Pizzas. Dá para fazer esta transição de produtos com facilidade as reuniões.

A → Vendem também refrigerantes.

- Cerveja
- Coca Cola.
- Teal - tea.
- Água.



## 2.5. Via Creparia

### Entrepasto

### Ficha do Street Food

Via Creparia - São Paulo

Nome Via Creparia  
 Morada \_\_\_\_\_  
 Nº Telefone \_\_\_\_\_  
 O que vende? → Cuias / Cuias de Leite / Waffles / Açúcar / Sorvete / Docinhos.  
 Dias abertos por semana? \_\_\_\_\_  
 Onde costuma estacionar? Frequentemente em locais de gente  
 História/Curiosidades  
A grande curiosidade foi terem começado com flocos, muito emul-  
 do de flocos e passaram a vender Cuias.  
 Ambientes → Da mesma geração da Buzza  
 Tipo de veículo Atacadista / Fritas de Leite de Fritar  
 Cores Verde / Branco / Branco / Branco / Branco / Branco / Branco / Branco  
 Balcão/atendimento sem balcão  
 Iluminação Iluminação em fluorescente  
 Esplanada sem esplanada  
 Arrumos Arrumos individuais, preferem as pessoas sentadas / Cuias /  
 Forma de preparar as refeições? As refeições são feitas no interior. Dançam  
 algumas músicas de fundo, como de festa.  
 Caixotes do Lixo Fazem Cuias  
 Materiais Fritas  
 Interação com o Público Simples do furo

### Comunicação

Logo Fritas  
 Letreiro \_\_\_\_\_  
 Packaging \_\_\_\_\_  
 Fardas Fritas em Pó de Leite com o leite  
 Guardanapos Guardanapos Verde  
 Caixas/Embalagens \_\_\_\_\_

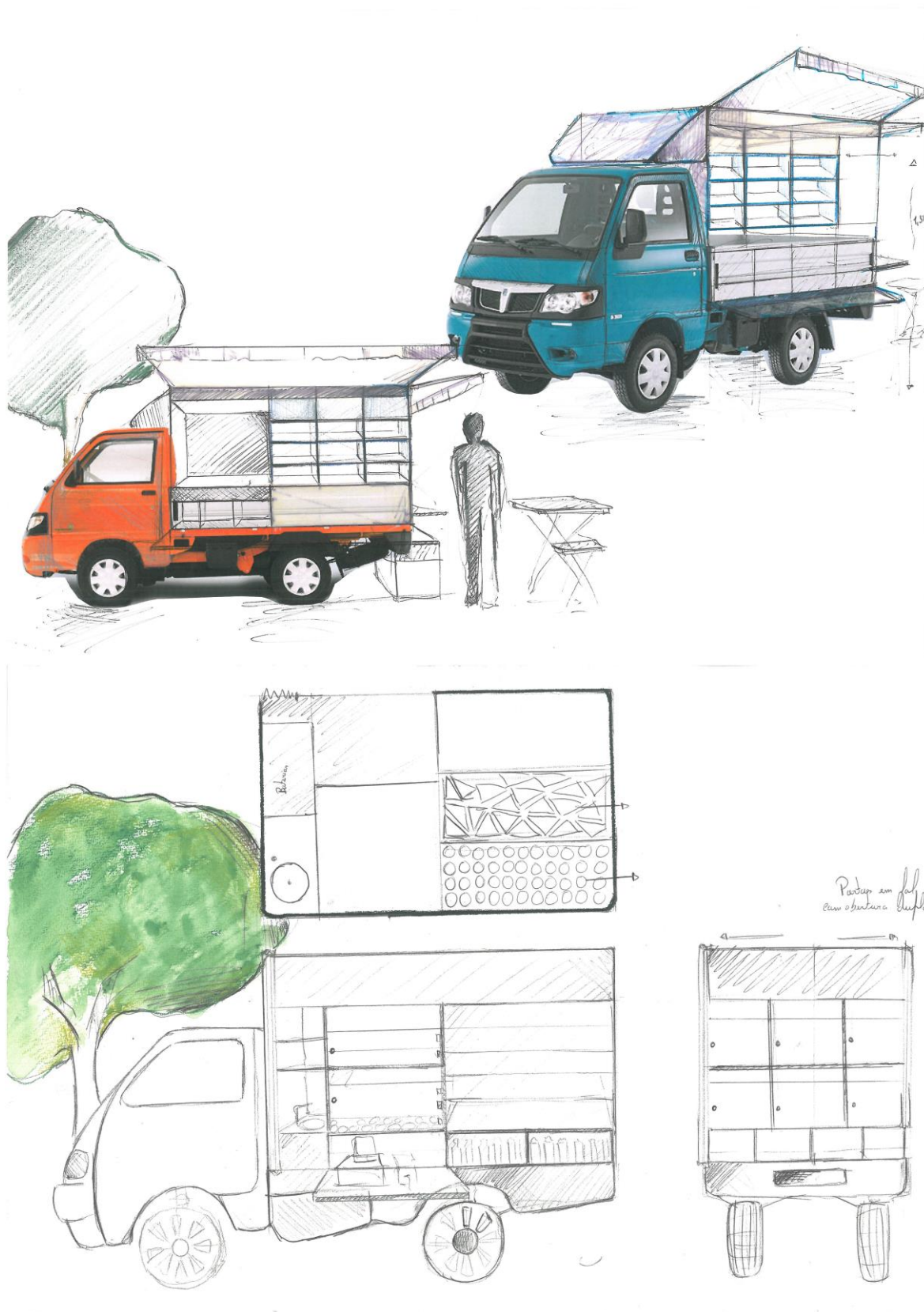
O frito sabe 3 alterações tem Lúcio de Nelson ou  
 tiveram que se adaptar as pessoas / Ao mundo.

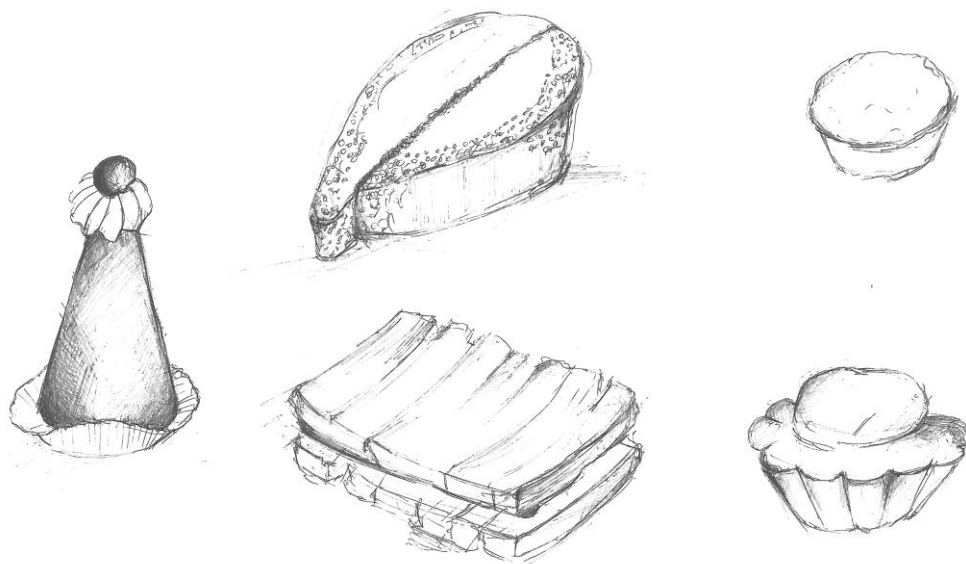
Vendo Cuias. Dêto Cuias.

Kian que Street Food.

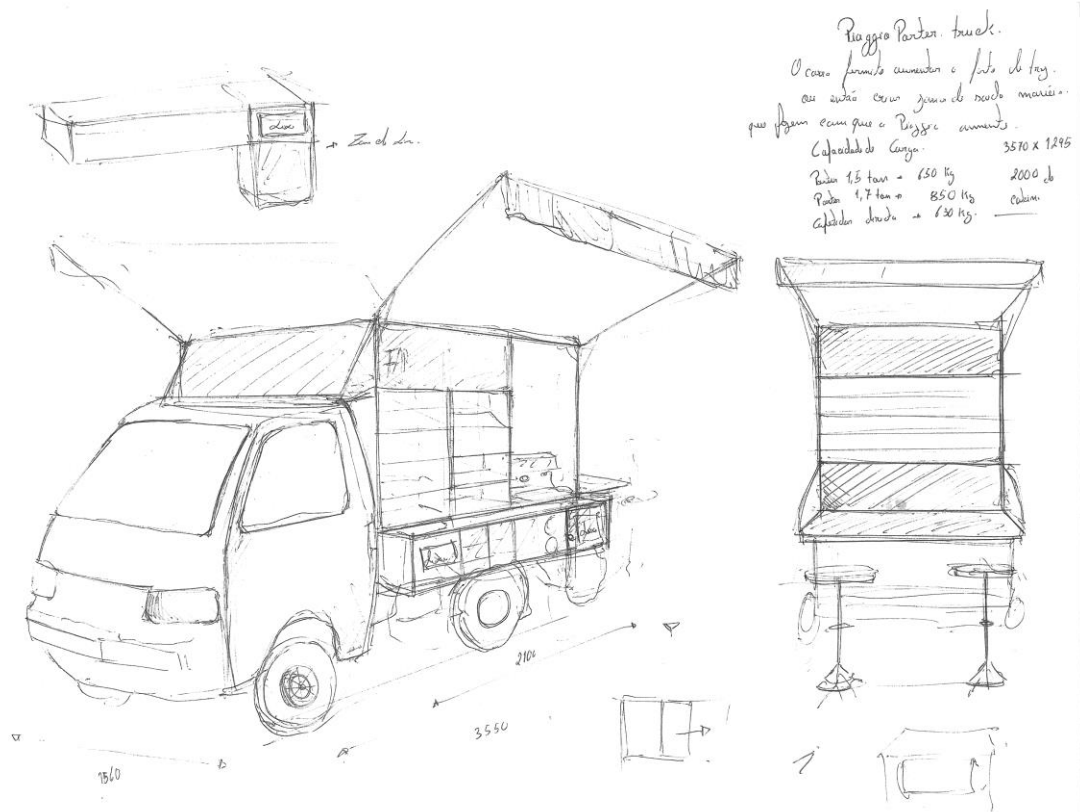
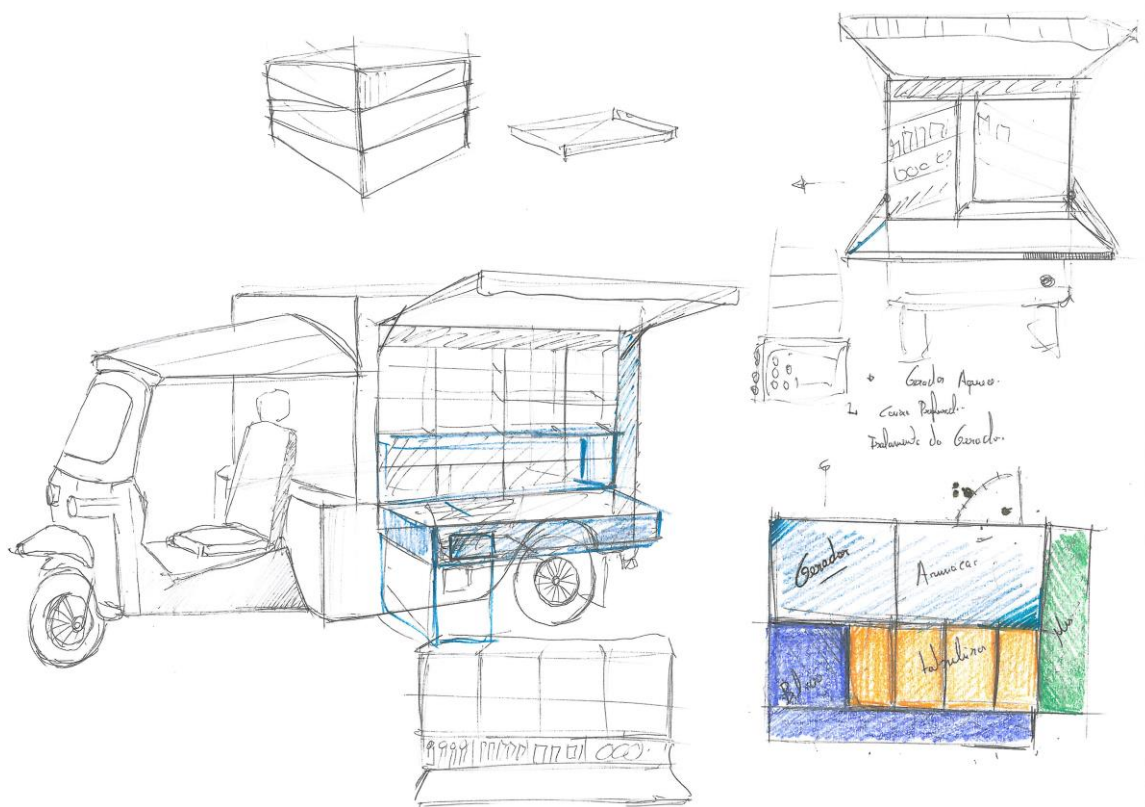


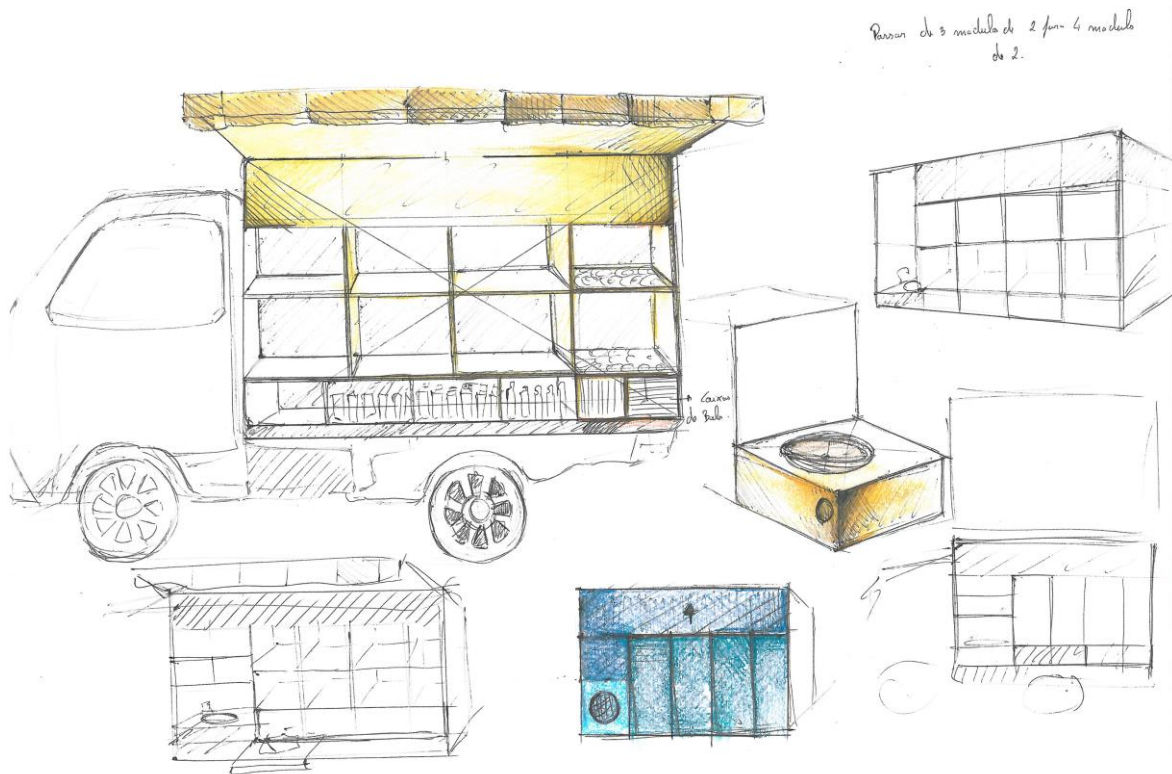
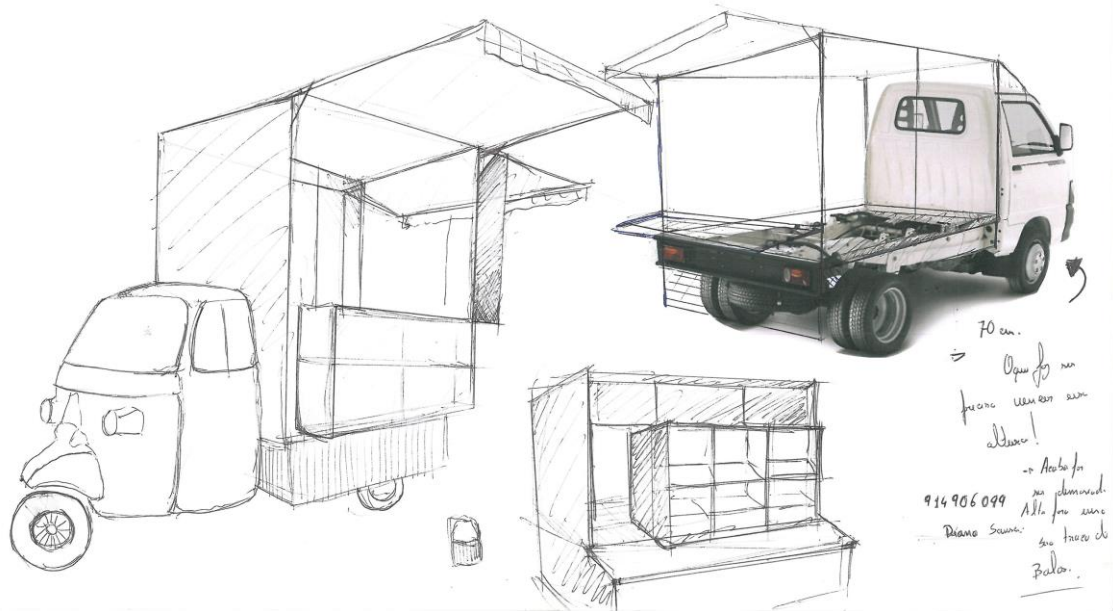
### 3. Esboços/Desenhos de percurso





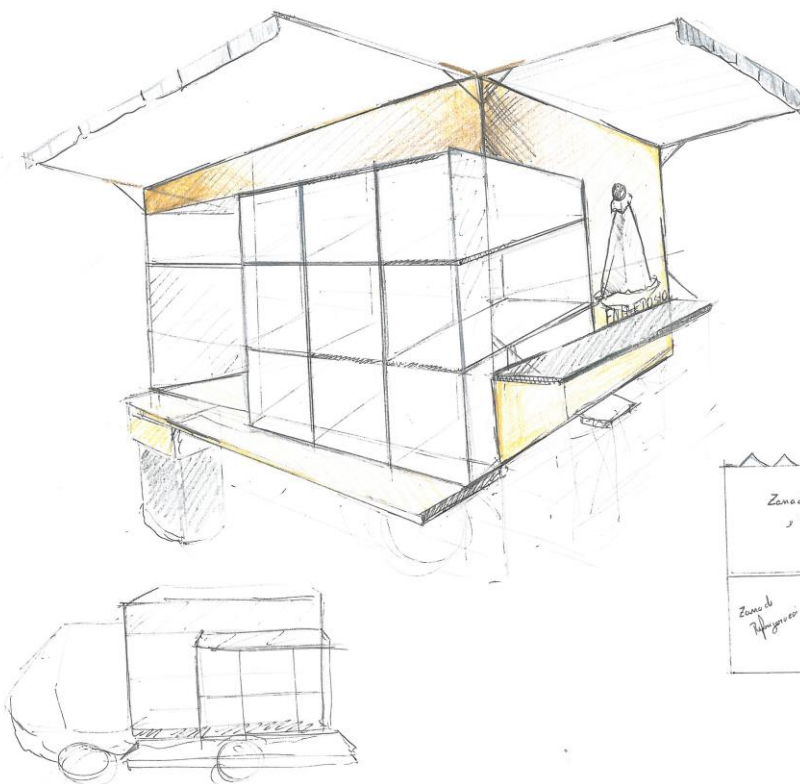












Tricage com colhe para venda de  
grãos de feijão.

Porta de Cerveja  
Porta de luz

